



Mariana Isabel Pereira A Solidão Organizada na Proximidade
Gomes Pedrosa



Mariana Isabel Pereira Gomes Pedrosa **A Solidão Organizada na Proximidade**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica da Prof. Doutora Lídia J. Oliveira Loureiro da Silva, Professora Associada com Agregação do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

o júri

presidente

Prof. Doutora Ana Carla Miguéis Amaro
Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro

Doutora Ana Luísa Rego Melro
Investigadora Sénior do Instituto de Empreendedorismo Social

Prof. Doutora Lúdia de Jesus Oliveira Loureiro da Silva
Professora Associada com Agregação da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Gostaria de utilizar este espaço para agradecer a todos os que tornaram possível a concretização desta investigação.

Reservo um agradecimento especial para a minha orientadora pela disponibilidade e paciência que me cedeu ao longo deste processo moroso.

Não posso deixar de agradecer a todos os 150 respondentes, que aceitaram fazer parte deste estudo, bem como a todos aqueles que sob a minha insistência mobilizaram amigos e conhecidos a responder ao inquérito disponibilizado.

Obrigada à Sofia por ter sido a minha fiel companheira nestes dois anos de Mestrado.

Agradeço também aos meus pais e irmãos pelo tempo que disponibilizaram para atender a todas as minhas dúvidas.

Não seria justo terminar esta secção de agradecimentos sem citar a Sara, o Tiago, a Joana e Dr.^a Matilde, que sempre me incentivaram a não desistir e me pediram para me aplicar só um bocadinho mais.

palavras-chave

comunicação-mediada, comunidades-virtuais, redes-sociais online, solidão, subjetividade

resumo

Considerando a crescente implementação das redes sociais *online* no cotidiano das pessoas, o presente estudo visa compreender quais os usos que os indivíduos fazem das redes sociais *online*, nas suas relações de proximidade. Assim, o objetivo é perceber se desde que houve conexão com uma qualquer rede social *online*, os internautas passaram a utilizar a comunicação mediada para estarem em contacto constante com a demais sociedade, descartando, por vezes, a comunicação presencial. Assim, recorrendo a um inquérito por questionário, disponível durante três meses numa plataforma *online*, o principal intuito desta investigação seria entender se realmente houve alguma diferença nas relações sociais dos integrantes da *Web* resultante da comunicação *online*, bem como, perceber se os indivíduos se há indícios de solidão social e emocional nos indivíduos. Depois de analisados os resultados, foram encontradas algumas diferenças significativas relativamente a alterações ocorridas depois da conexão a redes sociais, bem como alguns sinais de solidão social e emocional.

keywords

mediated communication, virtual communities, social networks, loneliness, subjectivity

abstract

Considering the increasing implementation of online social networks in people's everyday lives, this study aims to understand which uses that individuals make of online social networks in their close relationships. The objective is to realize if since there was a connection to any online social network, netizens began using mediated communication to be in constant contact with the other society, dismissing sometimes the face-to-face communication. Thus, using a questionnaire, available for three months in an online platform, the main purpose of this research was to understand whether there was indeed a difference in the social relations of the resulting web members of online communication as well, see if individuals there evidence of social and emotional loneliness in individuals. After analyzing the results, we found some significant differences in the changes after connecting to social networks, as well as some signs of social and emotional loneliness.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	1
Finalidades e Objetivos	4
Objetivos Gerais.....	4
Objetivos Específicos.....	4
Questão de Investigação	5
1. Enquadramento Teórico.....	6
1.1 Sociabilidade Online e Quotidiano	6
1.2 Ciberespaço e Novas Formas de Sociabilidade	12
1.3 O Uso da Internet na Sociedade	17
1.4 A Subjetividade na Web e Construção da Identidade.....	19
1.5 Solidão e o Uso da Internet	23
1.6 O Uso das Redes Sociais.....	26
1.7 Comunicação Mediada vs. Comunicação Presencial.....	32
1.8 Isolamento Social e Ansiedade	35
2. Metodologia.....	38
2.1 O questionário	38
2.2 Procedimentos estatísticos	39
2.3 Relação entre objetivos e questões propostas no questionário	40
2.3.1 Objetivos Gerais.....	40
2.3.2 Objetivos Específicos.....	42
3. Resultados.....	45
3.1 Participantes.....	45
3.2 Dados referentes à inscrição nas diferentes redes sociais online.....	47
3.2.1 O Registo no <i>Facebook</i>	47
3.2.2 Registo no Instagram	51
3.2.3 Registo no <i>Twitter</i>	54
3.3. Análise da Frequência com que os indivíduos recorrem à internet	57
3.4 Relação entre o registo nas redes sociais e a frequência <i>online</i> dos indivíduos	66
3.5 Análise das atividades <i>Online</i> dos inquiridos e perfil do utilizador	70
3.6. Nível de Conhecimentos Informáticos e Atividades Online Favoritas.....	73
3.7 Escala de Autoconsciência e subescala de ansiedade social e solidão social e emocional dos indivíduos.....	74
3.8 Escala de Redes de Comunicação <i>Online</i> e <i>Offline</i>	76

4.	Discussão dos resultados	80
5.	Conclusões	82
5.1	Limitações do Estudo	83
5.2	Perspetivas de Trabalho Futuras	83
6.	Referências	85
7.	Anexos	88
7.1	Inquérito	88

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Acesso à internet nos agregados domésticos entre 2010 e 2013	9
Figura 2 Sites de redes sociais em que os portugueses têm perfil	31

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Percentagem de Inscritos no <i>Facebook</i>	47
Gráfico 2 Tempo de registo no <i>Facebook</i>	48
Gráfico 3 Registo no <i>Instagram</i>	51
Gráfico 4 Tempo de registo no <i>Instagram</i>	52
Gráfico 5 Percentagem de inscrições no <i>Twitter</i>	54
Gráfico 6 Tempo de registo no <i>Twitter</i>	55
Gráfico 7 Número de horas passadas <i>online</i> em dias úteis	57
Gráfico 8 Número de horas passadas <i>online</i> em dias não úteis	58
Gráfico 9 Número de horas passadas <i>online</i> com fins académicos e/ou profissionais	59
Gráfico 10 Número de <i>emails</i> enviados diariamente	60
Gráfico 11 Número de <i>emails</i> recebidos por dia.....	60
Gráfico 12 Número de horas diárias a navegar em redes sociais <i>online</i>	61
Gráfico 13 Número de horas diárias a jogar <i>online</i>	62
Gráfico 14 Número de amigos próximos nas relações presenciais.....	62
Gráfico 15 Número de comunicações regulares <i>online</i> com amigos próximos.....	63
Gráfico 16 Número de encontros presenciais com amigos próximos.....	63
Gráfico 17 Número de amizades desenvolvidas <i>online</i>	64
Gráfico 18 Número de amizades desenvolvidas <i>online</i> que posteriormente resultaram em encontros presenciais.....	65
Gráfico 19 Média das comunicações diárias <i>online</i>	66
Gráfico 20 Atividades <i>Online</i> favoritas dos inquiridos	72
Gráfico 21 Nível de conhecimentos informáticos dos inquiridos.....	73

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Caracterização das idades dos inquiridos.....	45
Tabela 2 Género dos inquiridos	46
Tabela 3 Profissão dos inquiridos	46

Tabela 4	Habilitações Literárias da amostra	46
Tabela 5	Número de Amigos no <i>Facebook</i>	49
Tabela 6	Porcentagem de Seguidores no <i>Instagram</i>	52
Tabela 7	Relação entre a idade da população estudada com o uso do <i>Instagram</i>	53
Tabela 8	Relação entre o género da população estudada com o uso do <i>Instagram</i>	53
Tabela 9	Relação entre a profissão da população estudada com o uso do <i>Instagram</i>	53
Tabela 10	Relação entre as habilitações literárias da população estudada com o uso do <i>Instagram</i>	54
Tabela 11	Número de seguidores no <i>Twitter</i>	55
Tabela 12	Relação entre a idade e o uso do <i>Twitter</i>	56
Tabela 13	Relação entre o género e o uso do <i>Twitter</i>	56
Tabela 14	Relação entre a profissão e o uso do <i>Twitter</i>	56
Tabela 15	Relação entre as habilitações literárias e o uso do <i>Twitter</i>	57
Tabela 16	Relação entre o tempo que está registado no <i>Facebook</i> com a frequência com que recorrem à Internet	67
Tabela 17	Relação entre o tempo que está registado no <i>Instagram</i> com a frequência com que recorrem à internet para comunicar	69
Tabela 18	Relação entre o tempo de registo no <i>Twitter</i> com a frequência com que os indivíduos recorrem à internet para comunicar e as atividades que realizam	70
Tabela 19	Tempo despendido <i>online</i> por dia em diferentes atividades	71
Tabela 20	Relação entre o nível de conhecimentos informáticos e a atividade <i>online</i> favorita	73
Tabela 21	Análise das questões mais relevantes da escala de autoconsciência e subescala de ansiedade social e solidão social e emocional dos indivíduos	74
Tabela 22	Análise da escala de autoconsciência e subescala de ansiedade social	75
Tabela 23	Análise da escala de redes de comunicação <i>online</i> e <i>offline</i>	77
Tabela 24	Correlação entre as variáveis “Escala de Solidão Social e Emocional” e “Escala de Redes de Comunicação <i>Online</i> e <i>Offline</i> ”	77
Tabela 25	Correlação entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas <i>online</i> que resultaram em encontros presenciais”	78
Tabela 26	Correlação de <i>Spearman</i> entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas <i>online</i> com pessoas que não conheceu presencialmente”	78
Tabela 27	Correlação de <i>Spearman</i> entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas <i>online</i> com pessoas que não conheceu presencialmente”	79

INTRODUÇÃO

Talvez não seja arriscado afirmar que a sociedade está cada vez mais dependente dos *media*. Wohn e LaRose (2014, p. 158) referem que o uso das redes sociais *online* se tem intensificado bastante nos jovens adultos, e como tal, este fenómeno tem despertado o interesse de vários investigadores acerca dos efeitos sociais e psicológicos provocados por este uso tão constante e frequente. Atualmente a tecnologia faz parte da vida de qualquer cidadão letrado. Através da internet é possível pesquisar, comprar, interagir socialmente, criar, divulgar, ou até mesmo criar uma personificação individual. A tecnologia oferece-nos a possibilidade de fazer qualquer coisa, em qualquer lugar e com quem quisermos. O mundo atual poderá ser definido como um espaço híper mediado, onde todos podem estar com todos independentemente da localização geográfica em que se encontram. Assim, não será de todo demasiado arrojado classificar a sociedade atual como paradoxal, uma vez que aproxima o que está fisicamente longe e afasta o que está perto. Paquete de Oliveira et al. (2004, p. 76) considera a sociedade quotidiana como uma “sociedade sem espaço e sem lugar definidos”, onde todos podem estar com todos, independentemente da distância física. Felton (2014, p. 10) adianta que as tecnologias da internet têm mudado significativamente o quotidiano das pessoas. Turkle (2011, p. 16) afirma que as relações interpessoais poderão ser reduzidas a meras conexões, especificando que estas conexões contantes poderão levar a novas ansiedades de desconexão.

Assim, o propósito deste trabalho é perceber qual a perceção que os sujeitos *online* têm do uso das redes sociais nas suas relações de proximidade, uma vez que de acordo com Martínez (2011, p. 30) os *sites* de redes sociais têm como principal intuito o estabelecimento de relações com outras pessoas, usando o ciberespaço. Para isso, foram propostos três objetivos gerais:

- Compreender quais as novas formas de contacto existentes através do uso das tecnologias infocomunicacionais e, especificamente, das redes sociais *online*;
- Assinalar diferenças existentes entre o contacto virtual e o contacto face-a-face;
- Perceber em que medida o uso das tecnologias infocomunicacionais e, especificamente o uso das redes sociais *online*, fazem com que o indivíduo se sinta mais ou menos em estado de conexão e/ou solidão.

Para complementar os objetivos gerais foram também definidos seis objetivos específicos:

- Compreender os usos e perceções que os indivíduos têm dos serviços em rede ao nível das relações de intimidade e reconforto emocional;
- Compreender em que medida as relações amicais e familiares são afetadas pelo uso das tecnologias infocomunicacionais;

- Analisar se existe uma correlação entre a intensidade de conexão *online* e a desvinculação das conexões presenciais da rede sociais de proximidade física.
- Compreender o que motiva e desencadeia uma sensação apazível nas conexões *online*;
- Conhecer o que leva o sujeito a preferir as conexões *online* às conexões com as pessoas do seu contexto presencial;
- Compreender qual o grau de importância dada pelos indivíduos aos vínculos *online*, nomeadamente, ao nível da sua autoestima.

Com o propósito de responder a estes, foi disponibilizado numa plataforma *online* um inquérito por questionário dirigido a todos aqueles que têm pelo menos um registo ativo num qualquer *site* de rede social. O questionário foi dividido em 5 partes distintas, pretendendo recolher dados sociodemográficos, traçar o perfil *online* do cibernauta, compreender se os utilizadores das redes sociais online se sentem mais solitários e se recorrem mais frequentemente a este tipo de ferramenta para se sentirem mais apoiados socialmente, visto que de acordo com Weiss (1973) Moody (2001, p. 394) há dois tipos de solidão a ter em conta: a solidão social e a solidão emocional. Ambas são preocupantes e poderão fazer com que os indivíduos desenvolvam doenças físicas e mentais (Lima, 2013, Cerqueira-Santos, 2011).

Portanto o foco deste estudo é a relação entre a solidão dos indivíduos e o uso que fazem das redes sociais *online* em que participam, uma vez que de acordo com Recuero (2014, p. 115) as redes sociais *online* funcionam como a representação do sujeito na rede, uma vez que é possível criar um perfil individual com alguns dados pessoais, que podem corresponder à realidade do indivíduo, ou não, mas representam, efetivamente a sua identidade na rede.

Precedido pela presente introdução, o documento encontra-se organizado em sete capítulos distintos. Na secção de introdução estão reunidos todos os aspetos essenciais relativos ao estudo, desde a apresentação do problema, exposição da questão de investigação e sucessiva apresentação de objetivos gerais e específicos. O primeiro capítulo refere-se ao enquadramento teórico, parte essencial do trabalho, dividido por oito subcapítulos, onde são explorados trabalhos de outros autores relativos a investigações na área. Segue-se o capítulo da metodologia onde é visível a abordagem metodológica utilizada para a recolha de dados, a apresentação e explicação do questionário e os procedimentos metodológicos empregues na análise dos dados obtidos. Sucede-se o capítulo da apresentação de resultados, dividido por oito subcapítulos onde são apresentados os resultados obtidos durante o estudo, é feita uma análise descritiva desses mesmos resultados bem como todas as correlações efetuadas ao longo do trabalho cujo intuito principal era responder aos objetivos propostos. Posteriormente é apresentado o capítulo relativo à discussão de resultados, onde são apresentadas algumas respostas ao questionário que ajudam a fundamentar e a enriquecer a resposta à questão de

investigação. Finalizando a investigação surge o capítulo das conclusões, onde são apresentadas as conclusões mais relevantes do estudo, bem como as principais limitações do estudo e perspectivas de trabalho futuras. Os capítulos seis e sete referem-se, respetivamente, às referências bibliográficas utilizadas na parte do enquadramento teórico e da metodologia e, que consequentemente ajudaram a fundamentar alguns dados da discussão de resultados, e aos anexos, onde está disposto o inquérito por questionário utilizado ao longo deste estudo, tal e qual como foi disponibilizado *online*.

FINALIDADES E OBJETIVOS

OBJETIVOS GERAIS

Compreender quais as novas formas de contacto existentes através do uso das tecnologias infocomunicacionais e, especificamente, das redes sociais *online*;

Assinalar diferenças existentes entre o contacto virtual e o contacto face-a-face;

Perceber em que medida o uso das tecnologias infocomunicacionais e, especificamente o uso das redes sociais *online*, fazem com que o indivíduo se sinta mais ou menos em estado de conexão e/ou solidão.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Compreender os usos e percepções que os indivíduos têm dos serviços em rede ao nível das relações de intimidade e reconforto emocional;

Compreender em que medida as relações amicais e familiares são afetadas pelo uso das tecnologias infocomunicacionais;

Analisar se existe uma correlação entre a intensidade de conexão *online* e a desvinculação das conexões presenciais da rede sociais de proximidade física;

Compreender o que motiva e desencadeia uma sensação apazível nas conexões *online*;

Conhecer o que leva o sujeito a preferir as conexões *online* às conexões com as pessoas do seu contexto presencial;

Compreender qual o grau de importância dada pelos indivíduos aos vínculos *online*, nomeadamente, ao nível da sua autoestima.

QUESTÃO DE INVESTIGAÇÃO

Qual a percepção que os sujeitos *online* têm do uso das redes sociais nas suas relações de proximidade?

1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1 SOCIABILIDADE ONLINE E QUOTIDIANO

“Discutem-se, não raras vezes, alguns perigos decorrentes da utilização da internet que se relacionam com o isolamento dos indivíduos, com a quebra dos vínculos sociais, com a atomização e individualização crescentes nas sociedades modernas.” (Cardoso, et al., 2005, p.179)

Vulgarmente existe a ideia de que os novos meios tecnológicos vêm prejudicar vínculos amicais e familiares construídos outrora, bem como fazem aumentar sintomas de solidão e depressão nos indivíduos. Mas segundo Cardoso et al (2005, p. 179), e no que diz respeito a relações sociais, “a *web* favorece as relações de sociabilidade, ao contrário do que se pensava há bem pouco tempo”. Referenciando a existência de autores que relatam que um dos efeitos mais marcantes da internet é o reforço das relações sociais em dois espaços distintos: o real e o virtual. Portanto, o aparecimento da internet permite que algumas relações sociais possam ser alimentadas à distância, sem a necessidade de contacto presencial. Relativamente ao aumento de sensações como a depressão e a sensação de isolamento, Shaw & Gant (2002, p. 168) ao realizarem um estudo em que os seus participantes interagem anonimamente na internet com outros cibernautas, denotaram que as sensações de depressão e solidão nos seus participantes diminuíram consideravelmente. Por outro lado, as perceções de autoestima e apoio social aumentaram. Os autores rematam que o seu estudo sugere que os efeitos negativos da internet que têm sido publicados são exagerados.

“A Internet é o paradigma duma sociedade em rede o instrumento potenciador da sua concretização” (Paquete de Oliveira et al, 2004, 78)

Assim, a sociedade atual pode ser caracterizada como uma sociedade em rede, onde é possível comunicar quase sem limites. Cardoso (1998, p. 6) destaca outro aspeto interessante acerca da *web*. Esta plataforma permite que todos os seus utilizadores sejam simultaneamente produtores e consumidores de informação. Ainda Paquete de Oliveira et al (2004, p. 77) garantem que a implementação das tecnologias infocomunicacionais aumentou a quantidade de informação na sociedade e definiu novos modelos de organização social. Contudo, estas mudanças não contribuem para o aumento de uma cidadania participada. No entanto, os mesmos autores acreditam que com o recurso cada vez mais facilitado a estas novas tecnologias, os cidadãos se podem tornar mais participativos, deliberativos e representativos na sua vida democrática.

“A sociedade em rede é a sociedade em que nós vivemos. Não é uma sociedade composta por cibernautas solitários e robôs em telecomunicação.” (Castells *in* Cardoso et al, 2005, p.19)

Esta sociedade em rede de que se fala poderá espolpear alguns obstáculos para o bem-estar físico e emocional da população. As sensações de depressão, isolamento social, desespero e a diminuição de afetos conjugais, parentais ou amicais podem estar inferidas no uso excessivo dos novos meios infocomunicacionais. De acordo com Wohn e LaRose (2014, 158) a crescente procura dos jovens adultos por *sites* de redes sociais levou diversos investigadores a demonstrar um nítido interesse em estudar os efeitos sociais e psicológicos que este uso frequente possa provocar.

A internet é um meio de comunicação bastante utilizado atualmente e, tal como supra referido, a sua utilização permite a conjugação de relacionamentos presenciais e virtuais. Segundo Cardoso et al. (2005, p. 179), é importante referir que as relações virtuais não substituem as presenciais apenas permitem que ambas sejam aglomeradas.

Kraut et al. (1998) *in* Van der Aa et al. (2009, p. 765) após um ano de estudo concluíram que as pessoas que passavam mais tempo a navegar na internet tinham propensão para o desenvolvimento de níveis mais altos de solidão e depressão. Por sua vez, Kraut et al. (2002) *in* Van der Aa et al (2009, p. 766) divulgaram o resultado de um estudo desenvolvido com indivíduos que apresentavam características semelhantes aos participantes no estudo que expuseram em 1998 e, aperceberam-se que a associação entre o uso constante da internet já não se associava às sensações de depressão e solidão. Também notaram que o uso diário da internet por parte de indivíduos com um carácter extrovertido aumentava a sensação de bem-estar emocional e, por sua vez, nos sujeitos mais introvertidos esse sentimento não era tão evidente.

“A tecnologia é muitas vezes apresentada como a iniciação de uma mudança, uma atividade separada que de vez em quando introduz no mundo o produto dos seus esforços, para o bem e para o mal.” (Wolley, 1997, p. 63)

Moody (2001, p. 396) salienta que os indivíduos que recorrem com mais frequência aos dispositivos com acesso à internet fazem-no para alimentar o seu mundo social através de grupos de discussão, salas de *chat*, comunidades virtuais ou redes sociais, bem como para manter contacto com amigos ou familiares que estejam a morar em lugares longínquos. O autor considera que o *email* pode ser apontado como um “antídoto do isolamento”. Atualmente, a par do *email* as redes sociais e as comunidades virtuais também encaixam perfeitamente neste mote, uma vez que permitem manter o contacto com familiares e amigos sem os constrangimentos da proximidade, fazendo com que a sensação de isolamento e solidão diminua. O mesmo autor argumenta que este tipo de comunicação interpessoal foi estudado para ser o primeiro uso da internet enquanto ferramenta de comunicação.

Em 2003, Gustavo Cardoso e António Firmino da Costa coordenaram um estudo, através de inquéritos por questionário, acerca dos hábitos do uso da internet dos portugueses com idade igual ou superior a 15 anos. Desse estudo, os autores constataram que 82% dos respondentes ao inquérito

refere que a sua sensação de isolamento não sofreu qualquer mudança. E a menor sensação de isolamento recai sobre os utilizadores da internet, “enquanto que pelo contrário, entre os que não utilizam a *web* regista-se um maior número de pessoas que referem sentir-se mais isoladas.” (Cardoso et al., 2005, p. 180)

No mesmo estudo, a sensação de depressão assemelha-se à de isolamento, ou seja, 13,6% dos inquiridos que utilizam a internet referem que a sua sensação de depressão diminuiu. Em contrapartida, 14,6% dos não utilizadores revelaram sentimentos depressivos.

Seguindo a mesma linha, a maior percentagem de aumento da sensação de desespero registou-se nos não utilizadores da *web* (9,2%), contra 11,2% de utilizadores da internet que declaram ter diminuído.

Também Shaw e Gant (2002, pp. 168, 169) concordam que o uso da internet não afeta diretamente a autoestima dos indivíduos, mas exerce influência através das suas diversas variáveis de mediação, uma vez que durante este estudo, foi dada aos participantes a oportunidade de desenvolverem relações de amizade com pessoas alheias ao mesmo estudo, fazendo com que se pudessem sentir menos solitários e mais apoiados socialmente.

Cardoso et al. (2005), no mesmo estudo demonstrou que é nos utilizadores da internet que os níveis de depressão, isolamento social e desespero diminuíram, quando comparados com os dados dos não utilizadores.

Ybarra et al. (2005) *in* Van der Aa et al (2009, p. 766) defendem uma relação positiva entre o uso frequente da internet e sentimentos de depressão. Por sua vez, Van den Eijnden et al. (2008) *in* Van der Aa et al (2009, p. 766) confirmam também esta conexão positiva entre o uso diário da internet e a sintomatologia depressiva, mas não revelaram nenhuma ligação entre o uso constante da internet e o sentimento de solidão.

Além disso há estudos que indicam que não há qualquer associação relevante entre o uso diário de internet e a noção de bem-estar físico e emocional.

Segundo Cardoso et al. (2005, p. 181), as condições sociais são um fator implicado à relação entre a noção de bem-estar e a utilização da internet. Paquete de Oliveira, et al. (2004, p. 78) recordam que para se aceder à internet é necessário obedecer a determinados padrões: “infraestruturas físicas, técnicas, tecnológicas e disponibilidade financeira” bem como: “predisposição psicológica, cultural, social para o acesso e utilização da internet”. Atualmente há cada vez mais pessoas idosas com acesso à internet e com facilidade em navegar ágil e regularmente nesta plataforma. Por outro lado, há ainda muitos seniores com acesso e conhecimentos limitados para o uso de dispositivos tecnológicos que comportem as novas tecnologias infocomunicacionais.

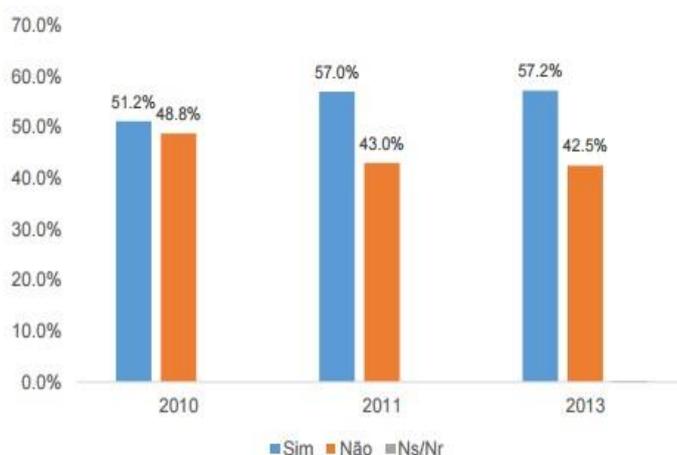
Van der Aa et al. (2009, p.766) defendem que as características psicológicas de cada pessoa são um fator que contribui para a relação entre o uso diário da internet com sentimentos de bem-estar.

Moody (2001, p. 395) adverte que o uso excessivo da internet também poderá ser responsável por alguns problemas psicológicos como a depressão e a solidão.

Valkenburg et al. (2005) in Zywicki & Danowski (2008, p. 7) defendem que um dos fatores que poderá encorajar o uso excessivo de internet nos adolescentes é a baixa autoestima. Que, conseqüentemente poderá levar a patologias depressivas e a solidão.

Numa altura em que há vários relatos de desestruturação familiar, é também importante perceber se a utilização de dispositivos com ligação à internet, contribuem para um mau relacionamento familiar, tanto no agregado doméstico, como relações entre pais e filhos, bem como com familiares não pertencentes ao agregado doméstico.

Cardoso et al. (2005) garante o convívio entre os membros do agregado familiar não teve uma diminuição significativa por parte dos utilizadores da internet. A maioria dos inquiridos, tanto utilizadores como não utilizadores da internet refere que as conversas, as zangas em casa e as atividades com os filhos se mantiveram iguais.



Fonte: OberCom. Inquérito Sociedade em Rede 2010 (n=1250), 2011 (n=1250) e 2013 (n=1542)

Figura 1 Acesso à internet nos agregados domésticos entre 2010 e 2013

Moody (2001, p. 396) refere que o uso da internet pode retirar tempo às pessoas e que esse tempo poderia ser aproveitado para estar com os familiares e amigos.

Quanto às relações entre pais e filhos e, apesar de haver cada vez mais progenitores inseridos no mundo da internet, esta ferramenta ainda é pouco utilizada a nos contactos entre pais e filhos residentes no mesmo país. Neste caso, o meio mais utilizado são as chamadas telefónicas e contactos presenciais. Ultimamente, há cada vez mais jovens a emigrar. A emigração tem como consequência

a mudança de país e para manter as relações familiares ativas, a maneira mais económica será recorrer a todas as facilidades oferecidas pela internet. O que significa que as chamadas telefónicas tradicionais serão substituídas por chamadas via internet e os encontros presenciais serão substituídos por reuniões em frente ao ecrã de um dispositivo acessível à internet.

Como os familiares não são apenas os do agregado doméstico, é também necessário ter em conta as relações mantidas com os outros familiares.

“Tal como acontece com os progenitores, as relações e os contactos que estabelecem com outros familiares são bastante intensas.” (Cardoso et al. 2005, p.187)

À semelhança da internet, a proximidade geográfica é outro fator a ter em conta relativamente ao relacionamento com familiares. Fazendo referência ao caso concreto de Portugal, em média cada português tem 14 familiares a residir no mesmo concelho de residência e, referem que se relacionam com cerca de 12. A comprovar a forte ligação entre o relacionamento familiar, sem fazer referência a fronteiras físicas, consta que cada cidadão nacional tem em média 32 familiares e consegue manter uma relação próxima com 25. A partir destes dados é possível afirmar que existe um relacionamento intenso entre familiares em Portugal. As formas de contacto poderão ser presenciais ou através de um meio eletrónico, como o telefone ou a internet. Segundo Cardoso et al. (2005, p. 187) 27,2% dos portugueses reuniam diariamente com familiares residentes na mesma área urbana e, 44,7% faziam-no pelo menos uma vez por semana. Quando a distância aumenta os encontros presenciais tornavam-se mais esporádicos, isto é, 45,2% afirmava reunir-se pessoalmente com familiares moradores no mesmo distrito, mas noutra cidade, pelo menos uma vez por semana, enquanto 24,5% afirmava fazê-lo pelo menos uma vez por semana. Tudo somado permite concluir que 70% da população portuguesa se encontrava regularmente com familiares exteriores ao agregado familiar. Para os residentes no estrangeiro a percentagem é de 64,4% e para os que residem noutro distrito é de 50,7%. Apenas 30,6% dos inquiridos fez saber que raramente se encontrava com familiares residentes no estrangeiro. Este fenómeno poderá ser explicado pelo facto de que a “mobilidade interna e externa dos portugueses explica esta regularidade anual dos encontros pessoais com outros familiares que residem noutro distrito ou no estrangeiro. São disto exemplos as férias passadas em Portugal por muitos emigrantes ou o retorno ao local de naturalidade de muitos portugueses.” (Cardoso et al., 2005, 188)

Entre familiares os encontros presenciais são a forma de contacto preferida, uma vez que o uso do telefone uma vez por semana corresponde a uma percentagem de apenas 33,1 % enquanto os encontros físicos entre familiares geograficamente próximos apresentam uma percentagem de 71,9%.

As redes familiares também não são afetadas pela utilização da internet, isto é, as conexões e os encontros regulares entre familiares não são afetados pelo facto de haver uma ligação *online*

disponível. Muito pelo contrário, a facilidade de acesso à internet permite manter contacto frequente com familiares residentes noutro país do globo.

Contudo, a internet surge como um meio de contacto mais requisitado no relacionamento entre amigos. É necessário ter em conta que o círculo de amigos não tem a mesma dimensão para todos. No entanto, segundo Cardoso et al. (2005, p. 191) cada português tem em média 18,2 amigos. 10,4 residem na mesma área urbana, 7,7 no mesmo distrito, mas noutra cidade, 7,3 noutro distrito e 5,9 num outro país.

Moody (2001, p. 394) coordenou um estudo com 166 estudantes universitários com acesso gratuito à internet, para avaliar qual o impacto que o uso da internet tem a nível psicológico e social nestes alunos. Assim, o autor concluiu que quanto mais limitadas são as componentes de interação social e de comunicação presencial, problemas de ordem psicológica como por exemplo, a solidão são mais facilmente evidenciados, apesar de haver contacto contínuo com o mundo social. Esta observação é consistente com estudos de outros autores que constataram que atividades que deslocam os sujeitos de ações de convívio social, como por exemplo ver televisão, estão associadas a declínios de bem-estar psicológico. Mas tal como a televisão, a internet é uma ferramenta que surgiu para beneficiar os seus utilizadores. Assim, fica a sugestão para o encontro de um equilíbrio no uso destas ferramentas de comunicação “inovadoras” e aprender a desenvolvê-las para que sejam benéficas para a saúde psicológica dos seus utilizadores.

Outro aspeto que também poderá contribuir para o bem-estar emocional das pessoas é a popularidade. Zywicki & Danowski (2008, p. 4) referem que o temperamento e as características pessoais das pessoas poderão ter impacto na sua personalidade. Que por sua vez estão ligadas à autoestima, que novamente se reflete na popularidade. Mruck (1999) in Zywicki & Danowski (2008, p. 4) argumenta que ser aceite e bem tratado em diversas áreas da vida, tais como: *online*, trabalho, escola, relações amorosas e familiares, poderão resultar em níveis de autoestima superiores. Assim, Zywicki & Danowski (2008, p. 4) referem que indivíduos com autoestima mais elevada têm uma melhor visão mundana, são mais independentes, autónomos e mais orientados nas várias áreas humanas, quando comparados com indivíduos cujos níveis de autoestima são mais baixos. Pessoas com esta característica psicológica tendem a ser mais negativos, sentem-se inferiores, desvalorizados, sozinhos, inseguros, ansiosos e deprimidos. Assim, de acordo com Tice (1993) in Zywicki & Danowski (2008, p. 5) os indivíduos com baixa autoestima querem compensar essa lacuna para serem mais facilmente aceites. Para isso, recorrem frequentemente à internet e a redes sociais *online*.

1.2 CIBERESPAÇO E NOVAS FORMAS DE SOCIABILIDADE

Com o passar dos anos, a socialização entre as pessoas tem vindo a sofrer significativas alterações. Já não é necessária a proximidade física para se manter contacto com pessoas queridas e/ou protegidas. Ainda há bem pouco tempo o meio mais utilizado para esta forma de conexão era o telefone, mas o ciberespaço, surgido através da internet, tem vindo a ganhar terreno e atualmente é utilizado como um meio potenciador da socialização entre indivíduos. Barreto (1998, p. 125) adverte para o facto de a comunicação eletrónica ter delimitado no tempo e no espaço a informação, com a introdução de novos instrumentos que possibilitam a comunicação à distância. Estes novos aparelhos são uma mais-valia para interação entre utilizadores, uma vez que ao conciliarem distanciamento e rapidez no acesso e uso da informação, tornam a convivência entre as pessoas mais fácil e cómoda.

No entanto, não será justo falar em novas formas de sociabilidade no ciberespaço sem antes recuar no tempo e relembrar duas experiências históricas que poderão ter influenciado as formas de comunicar atualmente.

A comunicação como hoje a conhecemos foi experimentada através do Minitel, em França, e pela ARPANET, nos Estados Unidos da América. A internet, tal como a conhecemos atualmente teve como base a ARPANET, surgida em 1969 como uma estratégia militar subsidiada pelo estado norte-americano para salvaguardar as redes de comunicação caso ocorresse um ataque nuclear capaz de destruir os centros de controlo e comando. O Minitel surgiu em França no final dos anos 70, igualmente financiado pelo estado francês, tendo sido introduzido no mercado em 1984. O seu principal objetivo era “conduzir a França à sociedade de Informação”, (Castells, 2002, p. 450).

Os dois sistemas diferenciavam-se entre si não só por estarem intimamente ligados com os seus países de origem, mas também por outras características técnicas abaixo enunciadas.

A ARPANET ligava computadores, ansiava criar utilizadores de computadores e bases de dados a nível mundial, servia-se de uma topologia aleatória de redes locais de fanáticos por informática e o seu sistema tarifário era anárquico e incontrolável. O Minitel apenas ligava centros de servidores cujos terminais tinham pouca memória, nunca transpôs as fronteiras francesas, era organizado pela lista telefónica e as suas tarifas eram homogéneas. Porém, é necessário ter em conta que ambas tinham o mesmo objetivo: abrir as portas para uma autoestrada de informação e comunicação como atualmente conhecemos.

“Desde o seu surgimento, em meados de 1960, a Internet evoluiu de um simples meio de ligar algumas universidades em rede, para uma rede social global que conecta milhões de indivíduos.” (Elmer-Dewitt, 1995) in (Mendes et al., 2011, p. 417)

Mas, porquê abordar o Minitel se é uma rede que atualmente não existe? Porque este foi o sistema pioneiro na CMC, conquistando abrupta e rapidamente os lares franceses. Embora nos primeiros tempos o seu impacto social tenha sido limitado, em meados dos anos 90, um terço da população adulta deste país acedia ao Minitel e este serviço rendia à empresa de telecomunicações francesa Teletel 7000 milhões de francos franceses. Tudo isto aconteceu devido ao uso facilitado que era proporcionado por parte do sistema. Esta simplicidade conquistou facilmente o mundo empresarial e os cidadãos em geral aos novos media.

Inicialmente o Minitel era escasso a nível de serviços, apenas permitia consultar a lista telefónica ou as previsões meteorológicas, informações ou reservar bilhetes de transportes ou a compra antecipada de bilhetes para eventos culturais. Enfim, nada de novo nos dias de hoje. Mas os utilizadores foram-se sucedendo e o sistema foi obrigado a sofrer alterações que melhorassem a qualidade do serviço. Assim introduziram-se alguns serviços *online* como o a publicidade, as televidas, o telebanco entre outros serviços comerciais.

Depois do comércio *online* surgiram as linhas de conversação ou *messengeries* são uma das coisas que tornou este meio de comunicação diferente do habitual na altura. As chamadas começaram a ser feitas através de uma rede de videotexto e havia a possibilidade de fazer trocas de opinião *online* pela primeira vez. Assim, o povo francês sentiu que se podia expressar a nível pessoal. Aqui surgiram as primeiras experiências de Comunicação Mediada por Computador.

Todavia, a pouca capacidade de comunicação horizontal que oferecia, o facto de se basear em terminais mudos ao invés de computadores pessoais para processar informação e o sistema inflexível que oferecia à sociedade exigente que servia, representavam algumas das limitações que levaram o serviço do Minitel a não singrar. Pelo contrário, a APARNET foi evoluindo ao longo dos anos e tornou-se na ferramenta internet como atualmente é conhecida e quase indispensável.

Depois de expostas as diferenças entre o Minitel e a Internet apenas interessa focar na internet, uma ferramenta que tem evoluído e permitindo “melhorar” e diversificar novas formas de comunicação. Da internet surgiu o ciberespaço, um espaço onde é possível comunicar sem limites. Este termo foi incluído e na terminologia mundial em 1984 por William Gibson na sua célebre obra *Neuromancer*, deixando a sua total definição a cargo do autor.

“Ciberespaço. Uma alucinação consensual experimentada diariamente, em cada nação por milhões de operadores legítimos, por crianças a quem são ensinados conceitos matemáticos... Uma representação gráfica de dados, compilada a partir da informação disponível em cada computador do sistema humano. Complexidade impensável. Linhas de luz cruzando o espaço virtual da mente, *clusters* e constelações de dados. Como luzes de cidade, retornando...” (Gibson, 1984 in Cardoso, 1998, p. 13)

Paquete de Oliveira *in* Cardoso (1998, p. 10) salienta que no ciberespaço há a liberdade e possibilidade onde “todos imaterialmente (virtualmente) podem estar com todos.”

“O ciberespaço, como nos propõe Lévy, é, portanto, um espaço de comunicação possibilitado pela interconexão mundial dos computadores e no qual as informações comunicadas são de natureza digital.” (Jungblut, 2004, p. 112).

A ter em conta no ciberespaço, tal como aponta Lévy *in* Jungblut (2004, p. 112), a fluidez de informação contida neste local cibernético, sendo possível aceder à informação em tempo real.

“(…) No ciberespaço, em troca, cada um é potencialmente emissor e recetor num espaço qualitativamente diferenciado, não fixo, disposto pelos participantes, explorável. Aqui, não é principalmente por seu nome, sua posição geográfica ou social que as pessoas se encontram, mas segundo centros de interesse, numa paisagem comum do sentido ou do saber”. (Lévy (1996, p. 113) *in* Jungblut, (2004, p. 103))

Aranha e Benazzi (2014, p. 3) advertem que “no mundo atual, a comunicação atingiu a esfera digital de tal forma que o indivíduo não precisa de estar num determinado local” para estar em contacto com terceiros. O mesmo acontece no ciberespaço, que é um dos resultados dessa esfera digital, onde é oferecida a oportunidade de comunicação sem alusão a fronteiras geográficas ou sociais. Mendes et al. (2011, p. 417) referem que a internet alterou a forma como as pessoas trabalham, comunicam e se relacionam. Com recurso à internet é possível entrar em contacto com indivíduos que partilham os mesmos gostos, interesses ou conhecimentos, dando aso a trocas e pareceres, bem como estabelecer contactos e relações profissionais a longas distâncias. Shaw e Gant (2002, p. 169) referem que a internet permite a que as pessoas estabeleçam laços de amizade com quem partilha dos mesmos interesses e ideologias, que poderão estar inativas por receio de represálias ou falta de compreensão, sem pôr em causa barreiras geográficas ou compromissos familiares e/ou profissionais. Paquete de Oliveira, et al (2004, p. 79) consideram a internet uma tecnologia social e salientam que a globalização por ela oferecida alterou as relações sociais e permitiu a compressão do espaço e do tempo. De facto, atualmente as relações sociais foram significativamente afetadas. Possivelmente haverá mais convívio *online* do que *offline*. Ainda Paquete de Oliveira et al (2004, p. 80) garantem que a internet condiciona a forma como as relações sociais decorrem. DiTunnariello e Farrell (2015, p. 220) referem que as pessoas procuram apoio em comunidades virtuais e não apenas em relações presenciais, sendo até nas relações virtuais que este apoio é mais facilmente denotado.

Tendo em conta o conceito de comunidades virtuais, *infra* citado por DiTunnariello e Farrell (2015, p. 220), é importante referir que as comunidades virtuais foram o primeiro passo na criação de redes sociais como hoje são conhecidas. Assim, e de acordo com Hartley (2004, p. 55) as “comunidades virtuais” são redes sociais múltiplas mediadas através da tecnologia. Ainda Hartley

(2004, p.56) afirma que para alguns as comunidades virtuais surgiram para proporcionar uma participação mais ativa na comunidade, proporcionando maior coesão social e realização pessoal, procurando alcançar o ideal de comunidade e não a sua destruição, pois as pessoas trazem para as comunidades virtuais de que são membros “experiências e atitudes ganhas a partir da comunicação frente-a-frente”. Ainda Hartley (2004, p. 57) adverte para o facto de as comunidades virtuais se assemelharem às comunidades presenciais, pois podem “ser fechadas, insulares, fundamentalistas e motivadas pelo ódio. E não são implicitamente positivas”. Enfim, a definição supra mencionada de comunidade virtual aplica-se facilmente à de rede-social virtual.

“Os indivíduos utilizam o espaço *online* para se relacionarem com os outros.” (Mendes et al., 2011, p. 418)

Paquete de Oliveira in Cardoso (1998, p. 11) considera que o ciberespaço pode então ser caracterizado como “um campo de interação social”, oferecido pela internet, aqui considerada uma tecnologia social, que permite a interação de “centenas, milhares e milhões de atores e sujeitos sociais”. Ou seja, ainda Paquete de Oliveira in Cardoso (1998, p. 12) refere que o ciberespaço veio introduzir novas formas de sociabilidade, tendo por base os conceitos de “espacialidade”, “assincronia”, “acorporalidade” e “anonimidade”. Também DiTunnariello e Farrell (2015, p. 220) concordam com estes conceitos, uma vez que argumentam que recorrendo ao ciberespaço as pessoas podem inscrever-se e frequentar diferentes *websites*, comunicar com outras pessoas utilizando a sua identidade verdadeira, recorrendo a *nicknames* ou de forma anónima. Ainda de acordo com DiTunnariello e Farrell (2015, p. 221) com o despontar das ferramentas de *chat*, a comunicação online passou de síncrona a assíncrona. Por outras palavras, o ciberespaço introduziu no quotidiano dos ciberciberspaços formas de sociabilidade à distância, onde atualmente a resposta pode ser dada tardiamente em relação à pergunta, não havendo a necessidade de as pessoas estarem fisicamente próximas. A internet também oferece a possibilidade de conviver com estranhos sem que nunca ou dificilmente sejam reveladas as identidades dos intervenientes. Aqui estão presentes os conceitos de “acorporalidade” e “anonimidade”. Amichai-Hamburger (2007) in Mendes et al. (2011, p. 419) refere que o anonimato existente nas relações *online* poderá ser interpretado de duas formas distintas. Por um lado, os indivíduos poderão ser inteiramente sinceros e revelar facetas pessoais que não se sentem encorajados a mostrar aquando das relações presenciais, visto que o ciberespaço se revela um ambiente mais favorável para “auto-revelações”, uma vez que a possibilidade de encontro com o correspondente é diminuta. Por outro lado, o relacionamento *online* possibilita a criação de um “*self ideal*”, isto é, aquilo que ambicionam ser e por qualquer razão não o conseguem alcançar. Deste modo e, de acordo com Mendes et al. (2011, p. 419) o ciberespaço atenua a pressão social a que as pessoas se sentem sujeitas quando convivem presencialmente na sociedade.

“Com efeito, perante a Internet não estamos apenas diante de uma ilimitada tecnologia de acesso e fornecimento de informação. Estamos diante de uma tecnologia social, onde milhares ou milhões de diversos actores e sujeitos sociais interagem, criando, portanto, dimensões novas de relação social e projectando até, porventura, novas formas de organização social.” (Paquete de Oliveira, et al, 2004, p. 80)

Paquete de Oliveira et al. (2004, p. 80) referem que a Internet é a “ordenadora de novos modos e formas de vivencialidade e convivialidade.” Cardoso (1998, p. 25) refere que no ciberespaço surgiram novos “locais de interação social” entendidos como: canais de IRC, *mailing-list*, que de acordo com Oliveira (2011) foi a primeira forma de comunicação via *Web*, que ainda hoje se mantém, *newsgroups*, *chat-rooms/talkers*, Moo e Mud’s. No entanto, devido há limitação que as mensagens de *email* ofereciam, Oliveira (2011) refere que foi necessário criar novas ferramentas de comunicação. Assim, de acordo com Oliveira (2011) entre 1995 e 2003 foram surgindo várias redes sociais, tais como: *Classmates.com*, *AOL Instant Messenger*, *Sixdegrees*, *Friendster*, *MySpace*, *Hi5*, *LinkedIn*. Oliveira (2011) acredita que o “grande boom” das redes sociais se deu em 2004, após a criação da *Web 2.0*, quando apareceram redes sociais como o *Orkut* e o *Facebook*. Posteriormente apareceu o *Twitter*, o *Pinterest*, o *Instagram* e mais recentemente o *Google+*. Todas estas redes sociais comportam os conceitos de “espacialidade”, “assincronia”, “acorporalidade” e “anonimidade”, propostos por Paquete de Oliveira in Cardoso (1998, p. 12), uma vez que permitem o contacto com pessoas oriundas de qualquer parte do globo, mantendo a identidade resguardada. Atualmente apenas parecem persistir as redes sociais surgidas após a *Web 2.0*, uma vez que se considera serem uma atualização das que existiram primeiro. Assim, as tradicionais salas de *chat* foram modernizadas e incorporadas em redes sociais como o *Facebook*. Ainda que o *Facebook* requeira um perfil com fotografia, ainda assim se poderá manter o conceito de “anonimidade”, uma vez que os dados disponíveis no perfil possam não corresponder à realidade.

“Os utilizadores da Internet e do Ciberespaço não se limitam a ser processadores solitários de informação, são também seres sociais. Não procuram apenas informação, também buscam pertença, apoio e afirmação, são também actores sociais.” (Cardoso, 1998, p. 25)

Martínez (2011, p. 30) adverte para o facto de as redes sociais superarem as barreiras de espaço e de tempo existentes até à sua propagação, visto que permitem que haja partilha e divulgação de informação, via *web* essa informação é prontamente publicada e difundida, podendo gerar respostas e comentários de forma quase instantânea. Também DiTunnariello e Farrell (2015, p. 221) advertem que o mundo virtual permite a criação de redes sociais co diversos focos. Assim, os membros poderão criar os seus próprios conteúdos ou responder a outros criados por outros

utilizadores, podendo as contribuições diferir, dependendo das normas de cada *website*. Os valores das comunidades virtuais são cultivados através das interações estabelecidas entre membros.

Hurst (2014, p. 107) refere que as novas tecnologias da comunicação podem ser analisadas em dois ângulos inversos. Por um lado aproximam os que estão fisicamente longe, isto é, tal como já foi abordado acima, é mais fácil manter contacto com a pessoa querida, mesmo que ela se encontre noutra país. A internet é um meio rápido e com um alcance quase sem limites. Mas por outro lado, poderá afastar os que estão fisicamente próximos. Muitas vezes recorre-se a este tipo de tecnologia para tratar coisas simples, que poderiam ser tratadas presencialmente. A autora argumenta que a telecomunicação nunca mais exigirá uma presença simultânea. Atualmente, a realidade mundana é considerada híper conectada.

1.3 O USO DA INTERNET NA SOCIEDADE

De acordo com Castells (2010, p. 181) in Martínez (2011, pp. 20, 30) o nível de autonomia nos sentidos individuais, profissionais, comunicativos, sociopolítico e cultural aumenta de forma exponencial com o uso da internet. Felton (2014, p. 10) argumenta que a internet implementou algumas transformações no quotidiano das pessoas. Também Markovitzky et al. (2012, p. 359) referem que a internet tem uma tremenda influência no quotidiano da sociedade.

Song et al. (2014, p. 450) referem que atualmente a internet oferece aos seus utilizadores uma oferta muito variada de utilizações, havendo cada vez mais aplicações criadas propositadamente para dispositivos móveis.

Tavares (s/d, p. 7) menciona que a internet permite a livre circulação de conteúdos informacionais e de forma gratuita. Hoje em dia há também um número considerável de cibernautas que ao terem acesso a qualquer informação poderão fácil e rapidamente difundi-la na rede. Isto é o que Tavares (s/d, p. 7) intitula de “cidadão-jornalista”, uma pessoa comum sem qualquer tipo de aptidão jornalística poderá criar matérias de interesse comum ou apenas local e divulga-las sem qualquer dificuldade. Com o auge dos telemóveis e, principalmente dos *smartphones* que permitem captar e divulgar num só dispositivo, há a possibilidade de dar a conhecer grandes acontecimentos mundiais, como por exemplo catástrofes naturais. Estando no local e na hora exatas basta pegar no telemóvel, captar o momento e enviá-lo para uma qualquer cadeia de televisão ou simplesmente coloca-lo numa plataforma de divulgação de vídeos *online*.

“As novas tecnologias de informação e comunicação vieram aumentar de modo quase ilimitado a capacidade humana para comunicar, para informar e ser informado, para conhecer e saber.” (Paquete de Oliveira et al., 2004, p. 75)

Sharabi e Margalit (2011, p. 381) assumem que a internet é uma ferramenta já instalada na vida das pessoas e é utilizada como atividade de lazer que permite a expansão das redes sociais das pessoas e mantê-las em contacto (quase) constante com familiares, amigos e estranhos, esta nova forma de comunicação poderá gerar, enaltecer e descobrir novos laços sociais.

Turkle (2011, p. 3) propõe que os *robots* sociáveis representam-se na sociedade atual como substitutos de pessoas, uma vez que os novos dispositivos eletrónicos (móveis) permitem estabelecer relações mediadas por máquinas, levando as pessoas a desenvolver romances com *robots* e, conseqüentemente, tornam-se inseparáveis dos seus *smartphones*. Sendo esta uma prática cada vez mais evidente na sociedade atual, a autora acredita que as pessoas estão a prejudicar os seus relacionamentos com os outros, uma vez que estão a criar e a desenvolver uma intimidade com máquinas.

Ainda Paquete de Oliveira et al. (2004, p. 76) argumentam que as novas tecnologias da informação e comunicação alteraram a configuração de espaços públicos e privados, considerando a sociedade atual como uma “sociedade sem espaço e sem lugar definidos”, uma vez que é possível trabalhar em qualquer sítio graças à facilidade em obter ligação *Wi-Fi*.

“Aparelhando-se com a máquina numérica, o sujeito ressentido uma profunda alteração, tanto em si próprio como nas suas relações com os outros.” (Couchot in Miranda, 1999, p. 26)

Portanto, na sociedade atual, de acordo com Tavares (s/d, p. 8) é possível expressar críticas e desagrados, divulgar trabalhos profissionais e académicos livre, fácil e rapidamente, não havendo filtros informacionais, isto é, só vê quem realmente quer ver, mas tudo está disponível.

Outra atividade que Turkle (2011, p. 242) considera estar a aproximar as pessoas do ecrã do computador e a afastá-las de momentos de convívio com terceiros é o ler *online*. De facto esta é uma prática crescente atualmente que, as empresas tecnológicas consideram um procedimento mais democrático quando comparado com a leitura manual, que é totalmente exclusiva e linear. No entanto, a autora considera que para estudantes ou pessoas que estejam a fazer alguma pesquisa laboral relevante, o ler *online* é um fator de distração, uma vez que há acesso a *links* externos que podem levar as pessoas a interromper o seu trabalho e ler artigos associados ou comentários a esse mesmo artigo. E, uma vez *online* e sem autodisciplina suficiente, a concentração do cibernauta poderá ser interrompida por mensagens, compras, visitas casuais às redes sociais, entre outras coisas.

Turkle (2012, p. 242) defende que os computadores se entranharam nas vidas das pessoas para lhes permitir que pudessem realizar várias tarefas ao mesmo tempo. No entanto, nem sempre as coisas

funcionam dessa forma e a tecnologia tem efeitos muito contrários na vida das pessoas, sem que elas sejam capazes de se aperceber disso.

Mas não é só pela facilidade de partilha informacional que os sujeitos recorrem à internet. De acordo com Joinson (2003) in Zywica & Danowski (2008, p. 5) que fatores relativos ao bem-estar emocional, tais como: auto melhoria, auto proteção e autoestima, são motivadores para o uso da internet. Zywica & Danowski (2008, p. 5) acreditam que a compensação é outro fator que poderá levar as pessoas a recorrer à internet, pois segundo Valkenburg et al. (2005) in Zywica & Danowski (2008, p. 5) adolescentes socialmente ansiosos e/ou introvertidos, com dificuldades em desenvolver amizades, são os mais suscetíveis ao uso da internet, pois podem desenvolver contactos *online*, descartando assim encontros presenciais que se podem tornam mais incómodos. Por outro lado, ainda Valkenburg et al. (2005) in Zywica & Danowski (2008, p. 5) defende que adolescentes extrovertidos recorrem à internet para aumentar a sua rede de contactos com outras pessoas *online*.

1.4 A SUBJETIVIDADE NA WEB E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE

O sujeito contemporâneo encarna facilmente a personagem de um ser individualista, que recorre constante e, muitas vezes, inadequadamente às novas tecnologias para comunicar com os demais solitários igualmente utilizadores das mesmas plataformas *online*.

“(…) solidão e individualismo parecem hoje andar de mãos dadas.” (Azambuja, 2012, p. 74)

E quem aparece como grande impulsionadora deste individualismo subjetivo parece ser a internet, que premeia a cada segundo os seus utilizadores com milhares de informações de todo o género, deixando-os completamente focados e abstraídos do mundo físico que os rodeia.

“O modo dialógico requer dispositivos específicos – as interfaces – espécie de comutadores entre o mundo real e o mundo virtual, onde se desenrolam os processos computacionais.” (Couchot in Miranda, 1999, p. 25)

Turkle (2011, p. 1) afirma que a tecnologia consegue seduzir os cidadãos por ir de encontro às suas vulnerabilidades humanas. Por sua vez, Azambuja (2012, p. 74) adverte para o facto da solidão contemporânea estar a tomar contornos dramáticos, uma vez que a internet, causadora desta solidão, é uma ferramenta já entranhada no quotidiano da maioria das pessoas.

Castells (2003, p. 3) define identidade como “o processo de construção do significado com base num atributo cultural, ou ainda um conjunto de atributos culturais inter-relacionados, o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras formas de significado”. Acrescentando que um indivíduo poderá ter várias identidades, sendo “essa pluralidade fonte de tensão e contradição tanto na auto-

representação quanto na acção social.” Esta variedade de identidades é muito comum com a internet, onde os indivíduos são livres de se autocaracterizarem e construir uma personalidade por eles idealizada e, que possa ser minimamente credível no espaço e no tempo em que a pretendem representar. Também Baumeister, Tice & Hutton, (1989); Joinson (2003) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) referem que o conceito de auto apresentação se diferencia daquilo que pode ser a verdadeira personalidade da pessoa. Pois, segundo os autores, a auto apresentação é definida como um esforço que um sujeito faz para expressar uma imagem específica para que os outros se identifiquem com ela. Aqui estão também implícitas razões de carácter psicológico, como a autoestima, uma vez que de acordo com Schlenker, Weigold, and Hallam (1990) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) referem que pessoas com uma autoestima mais elevada tendem a apresentar-se aos outros com uma imagem que procura aceitação pública, enquanto pessoas com baixa autoestima tendem a ser mais auto protetoras, para prevenirem eventuais situações de desaprovação social. No entanto, os autores advertem para o facto de os resultados poderem variar dependendo se as pessoas estão a socializar *online* ou *offline*.

“O ciberespaço afasta significantes como roupas, idade, género e etnicidade. Os indivíduos são capazes de criar identidades alternativas e reconstruírem-se, ainda que momentaneamente, através de histórias ficcionais, rebaptizando-se e trocando de género (travestismo online).” (Hartley, 2004, p. 56)

Por outro lado Hurst (2014, p. 108) expõe que um sujeito digital necessita de uma “auto - invenção” para o mundo *online*. Esta auto invenção poderá provir de insatisfações quotidianas dos sujeitos *online* na sua vida *offline*. Assim, sob a protecção do ecrã do dispositivo utilizado, os indivíduos podem experimentar virtualmente quem querem ser, sentindo-se a maioria das vezes mais genuínas neste tipo de interação, do que quando o fazem de forma presencial.

Também Turkle (2011, p. 241) dá o exemplo de um jovem, que contribuiu para a elaboração do seu estudo, que afirmava criar falsas identidades na rede social *Myspace*. Para realizar o seu plano digitalizava imagens de revistas e elaborava perfis para pessoas imaginárias. Depois iniciava conversas, com pessoas que conhecia presencialmente, acerca dele próprio para tentar perceber qual a opinião que as pessoas tinham acerca dele. Daqui se retira a conclusão que nunca se sabe quem inicia uma conversa do outro lado da rede social, sendo este exemplo válido entre amigos e conhecidos, mas também para desconhecidos, como por exemplo predadores sexuais.

Tavares (s/d, p. 2) indica que um integrante da *web* necessita de se tornar popular para se destacar na rede, mesmo que isso implique a construção de uma identidade totalmente diferente da sua no seu mundo real. A mesma autora caracteriza os cibernautas mais assíduos como *personas*, fazendo analogia aos atores do teatro grego, definindo assim, o termo *persona* como uma máscara

irreal usada pelos membros da rede mundial de computadores, no momento em que criam uma identidade para usar no espaço digital e assim navegar livremente na internet. Ou seja, os *personas* podem aceder e publicar na internet desafiados de qualquer constrangimento físico ou social. De acordo com Arkin (1981) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) os utilizadores da *web* podem planear, gerir e adotar a sua própria imagem de acordo com aquilo que querem aos outros. Assim, Zywica & Danowski (2008, p. 6) concordam que os utilizadores das redes sociais criam os seus perfis nas redes sociais com o intuito de sugerirem uma determinada imagem aos demais utilizadores, podendo inclusive, manipular a sua aparência, personalidade e comportamentos para se tornarem mais atrativos a terceiros. Ainda Zywica & Danowski (2008, p. 6) sugerem que os utilizadores das redes sociais tentam agradar criando um perfil enganador e exagerado com o intuito de atrair novos amigos à sua rede de contactos. No entanto, os mesmos autores referem que muitas vezes este tipo de comportamento não é consciente nem propositado.

Turkle (1997) in Mendes et al. (2011, p. 419) refere que a internet se tem assumido como o meio preferencial de contacto entre as pessoas e, este facto “tem vindo a moldar a forma como os indivíduos pensam sobre si próprios e sobre os outros.”

“A Internet tornou-se no “laboratório social”, onde o indivíduo trabalha facetas de si próprio menos exploradas, “do outro lado do espelho”, sem os constrangimentos sociais da vida *offline* (Turkle, 1997, p. 261).” (Mendes et al., 2011, p. 419)

Também Turkle (2011, p. 241), através de exemplos ilustrados explica que *online* há a possibilidade de se ser mau com os demais integrantes da *web*, especialmente com alguém com quem não haja grande simpatia tanto no contacto presencial como no contacto estritamente virtual, uma vez que em casa, em frente ao ecrã do computador, do telemóvel ou do *tablet*, sendo a comunicação feita apenas por voz ou por caracteres escritos, não há acesso à expressão facial do recetor da mensagem. Não havendo inclusive possibilidade de retaliação física imediata, uma vez que a casa será sempre considerada um local seguro para este tipo de práticas. Portanto, o ciberespaço surge atualmente como um local onde é possível a expressão verbal quase desenfreada, sem que haja lugar a receios de qualquer represália física.

Tavares (s/d, p. 3) crê que os indivíduos criam uma identidade própria para a utilização dos *personas*. Assim, a autora faz a distinção entre *persona* produtor e *persona* consumidor. O primeiro é definido como uma representação idealizada que constrói na e para a internet uma identidade virtual, que pode ser irreal e trazer atributos que valorizem a sua imagem diante dos outros cibernautas, mesmo que estes atributos possam não corresponder à sua verdadeira personalidade e individualidade. No entanto, a imagem do *persona* produtor a ser difundida na *web* não se deverá distanciar muito do seu reflexo no mundo real, visto que uma imagem demasiado perfeita poderá causar dúvida no

consumidor e ao invés de os atrair, como é esperado, repercute-se no efeito contrário. As pessoas esperam alguém inspirador mas proporcional à sociedade em que convivem. Dependendo dos seus interesses ou campo de atuação o *persona* produtor pode ser construído com identidade jurídica ou física. Sendo que sob a forma de identidade jurídica se podem considerar empresas que utilizam páginas em redes sociais digitais para promover os seus produtos e aproximar-se dos seus clientes. Por outro lado, o *persona* produtor de interesse pessoal constrói a sua identidade para facilitar as relações pessoais, mantidas em contexto virtual, que pretende estabelecer, podendo inclusivamente forjar parcial ou totalmente a sua verdadeira personalidade e atributos físicos para se valorizar e sobressair diante dos demais participantes do ciberespaço, sendo considerado por Sibila (2008) in Tavares (s/d, p. 3) um ser presunçoso e egoísta.

“O *persona* produtor e “principalíssimo” é resultado da configuração mais democrática da Internet, surgida a partir do advento da web 2.0.” (Tavares, s/d, p. 4)

Portanto, o *persona* produtor faz uso da web para se exprimir e para difundir assuntos do seu interesse, sendo o seu principal intuito tornar-se popular e algo viral. Geralmente o que mais expõe a sua privacidade é o que agrada ao maior número de pessoas e, conseqüentemente terá mais seguidores.

Para se tornar algo venerado, o *persona* produtor tem de apresentar algumas particularidades que os distingam dos demais “concorrentes”, muitas vezes adotando um comportamento diferente do seu habitual para produzir e divulgar as suas informações. Tendo em conta que há várias áreas de atuação e interesse por parte dos cibernautas, todos devem possuir qualidades comuns para cativar mais seguidores. A simpatia é uma qualidade quase imprescindível. Um integrante assíduo da *web* não se tornará viral se não for simpático e grato pela atenção dos seus seguidores. Depois, dependendo muito da área de atuação há outras características que Tavares (s/d, p. 4) considera igualmente importantes, tais como: atributos físicos, intelectuais e culturais. Uma vez reunidas todas estas qualidades, qualquer cidadão comum poderá servir-se da *blogoesfera* ou de um perfil numa rede-social como o *Facebook*, *Twitter*, *Youtube* ou *Instagram*, ou até mesmo aliando todas estas plataformas, para partilhar conteúdos que vão de encontro aos interesses, conveniências e/ou utilidades de quem os acompanha.

“(…) o palco traz uma fragmentação da identidade do integrante.” (Tavares, s/d, p. 5)

Se o *persona* produtor cria conteúdos para posterior e publicamente difundir, o *persona* consumidor não tem um papel menos significativo nesta matéria, uma vez que é este quem dá o prestígio ao produtor. O cibernauta encarnado pelo *persona* consumidor é alguém que navega na *web* procurando assuntos do seu interesse. Segundo Tavares (s/d, p. 5) não tem uma identidade interativa definida, representando o papel de ator passivo no ciberespaço. No entanto, também pode ser uma

personagem irreal e idealizada, pois pode ser alguém que cria perfis falsos em redes sociais com o mero intento de observar o que lá se passa e até mesmo criticar negativa ou positivamente o que é difundido pelo *persona* produtor. É também um membro integrante e imprescindível no ciberespaço, uma vez que é quem gera o *feedback* para o produtor.

Tavares (s/d, p. 3) refere que a construção dos *personas* nas redes sociais surge da necessidade de integração que os cidadãos comuns sentem perante a sociedade. Turkle (2011, p. 243) alega que as pessoas lutam para serem aceites *online*, mas nem sempre têm cuidado com o que expõem. Portanto, sejam empresas a procurar aumentar a sua faturação, ou pessoas comuns querendo alguma popularidade nacional ou até internacionalmente, é necessário ter em conta que tudo aquilo que é publicado na *web* permanecerá lá para sempre.

1.5 SOLIDÃO E O USO DA INTERNET

“Viver só é melhor do que mal acompanhado? Contrariando o dito popular, as pesquisas apontam que não.” (Lima, 2013, p.79)

A palavra solidão é vulgarmente definida como o ato de estar só, isolado. No entanto, também é possível sentir a solidão quando acompanhados. De acordo com Lima (2013, p. 79) “a solidão é um sentimento autónomo, podendo coincidir com estar só ou acompanhado”. É portanto a ausência de vínculos e contactos humanos. Klein (1968, p. 154) *in* Azambuja (2012, p. 77) define solidão como uma sensação interna e que busca incessantemente o bem-estar interior. Tal como anteriormente descrito, solidão não é somente estar fisicamente só, é possível sentir solidão interior mesmo aquando da receção física de amigos e/ou afetos.

Sharabi e Margalit (2011, p. 379) garantem que muitos adolescentes passam muito tempo *online* a comunicar com amigos, familiares ou até estranhos, e que este tipo de atividades se deve ao facto de serem considerados solitários. Também Song et al. (2014, p. 450) acreditam que a solidão dos indivíduos é causada por fatores como a timidez e a falta de apoio social. Assim, os *sites* de redes sociais tornam-se alvos apetecíveis para os indivíduos mais solitários, uma vez que ajudam a compensar a sua falta de pertença social e de encontros presenciais.

“Solidão não é o mesmo que estar sozinho.” (Aranha e Benazzi, 2014, p. 2)

Sharabi e Margalit (2011, p. 380) argumentam que a solidão é uma sensação dolorosa que afeta o bem-estar emocional e a qualidade de vida dos adolescentes, que pode estar relacionada com as discordâncias existentes entre os padrões exigidos e realizados dentro das suas relações amicais e ambientes sociais que frequentam.

Weiss (1973) in Moody (2001, p. 394) apresenta dois tipos de solidão consideráveis: solidão social e solidão emocional. O primeiro é definido como uma sensação de tédio e marginalidade provocado pela falta de amizades significativas ou de sentimento de pertença a uma comunidade. A solidão emocional está assente num sentimento de vazio e inquietação exasperado pela ausência de relações íntimas.

A solidão implica alguns efeitos negativos na saúde física e mental dos indivíduos. Embora na maioria das vezes se ignore a saúde corporal, em detrimento dos problemas emocionais, Lima (2013, p. 79) faz referência aos problemas de saúde física que advêm da solidão. Assim, de acordo com Lima (2013, p. 79) um solitário adoece mais frequentemente e, posteriormente, terá de lidar com a doença sozinho. Um indivíduo que esteja socialmente isolado corre o risco de morrer sozinho e de ser esquecido pelos restantes membros da sociedade. A qualidade de sono de um solitário é pior e as maiores taxas de suicídio incidem em indivíduos isolados. No entanto, Lima (2013, p. 79) realça que nem todos os solitários apresentam patologias depressivas, mas os deprimidos estão constantemente condenados à solidão. Assim se explica porque razão Sousa e Cerqueira Santos (2011) defendem que os idosos integrados em redes amicais maiores e mais consistentes têm uma longevidade consideravelmente superior à dos que os que não têm nenhum ou têm poucos amigos. As amizades oferecem companhia que poderá ser traduzida em ajuda para a realização de tarefas quotidianas.

De acordo com Azambuja (2012, p. 74) uma das causas apontadas para esta solidão é o crescente e rápido avanço tecnológico.

“O individualismo tem sido associado ao “encapsulamento” do homem contemporâneo em um tempo e espaço virtual, generalizando-se a ideia de um novo homem que prefere se comunicar com o restante de seus pares sobretudo por meios eletrônicos (...).” (Azambuja, 2012, p. 74)

Contudo, a tecnologia pode ser interpretada segundo duas perspetivas diferentes. Por um lado surge como fator de isolamento, “obrigando” os seus utilizadores a olharem constantemente para o ecrã do seu dispositivo, muitas vezes ignorando por completo a sua companhia momentânea. Por outro, pode ser entendida como uma ferramenta essencial do relacionamento interpessoal à distância, uma vez que não há imposição de limites físicos no uso da internet. Moody (2001, p. 394) alega que o uso excessivo da internet causa um alto nível de solidão social, podendo realçar-se o “Paradoxo da Internet”, que por um lado é usada como ferramenta de comunicação, mas por outro pode causar efeitos negativos no bem-estar psicológico dos seus utilizadores. No entanto, Song et al. (2014, p. 450) acreditam que não é a internet que torna as pessoas solitárias, as pessoas solitárias é que procuram a internet para socializar. Turkle (2012) argumenta que as conexões digitais brindam os utilizadores da tecnologia com a ilusão de companhia sem as exigências a que uma amizade obriga. Ou seja, a comunicação em rede oferece a possibilidade de se manter contactos *online* sem qualquer

vínculo físico. No entanto, a parte afetiva é descurada, uma vez que o contacto apenas é feito de forma digital. Moody (2001, p. 394) apresenta para duas causas que poderão estar associadas à negligência das relações afetivas. A primeira prende-se com o facto de os sujeitos passarem tanto tempo *online* que acabam por não ser capazes de participar em atividades onde é requerida a comunicação presencial. A outra causa vem de encontro com o teorizado por Turkle (2012) acima referido, ou seja, a qualidade das relações *online* é mais baixa do que a das relações mantidas de forma presencial. Assim, quando o número de relacionamentos *online* é elevado, podem tornar-se mais fortes do que os presenciais, contribuindo assim para o isolamento dos sujeitos. Hurst (2014, p. 104) argumenta que a comunicação mediada não substitui a presença física de alguém, poderá simplesmente atenuar o sentimento de solidão e de falta de conexão sentido naquele momento.

“A pior das solidões é a que sentimos quando acompanhados no meio da multidão.” (citado por Lima, 2013, p. 80)

Na era atual o uso das redes sociais está muito em voga, sendo usual o cruzamento com pessoas cuja lista de amigos no *Facebook* ou o número de seguidores no *Twitter* ou no *Instagram* é superior a uma centena. Contudo, um sem número de amigos e/ou seguidores numa rede social não implica uma ausência total de solidão, muito pelo contrário, essas amizades são virtuais e tornam as pessoas individualistas, visto que alimentam as suas redes-sociais sozinhas e através de um local com internet.

Lima (2013, p. 80) acredita que tecnologias infocomunicacionais como a televisão e a internet atraem a solidão e produzem um ser humano individualista e paradoxal, que prefere estar sozinho mas eletronicamente conectado com outros. Considerando que o elevado uso da internet poderá ser definido com a frequência com se acede à rede, Moody (2001, p. 394) argumenta que os níveis de solidão social dos indivíduos diminuem com o uso elevado da internet. Por outro lado, tendo por base uma rede de amigos *online* diminui o nível de solidão emocional, sendo que esta rede de amigos *online* é, igualmente, medida pela frequência com que os indivíduos navegam na internet.

Assim, Moody (2001, p. 394) conclui que nos indivíduos que passam mais tempo *online*, têm tendência para apresentar taxas de solidão emocional mais elevadas e taxas de solidão social menores. Sugerindo assim que o impacto que a internet tem no bem-estar emocional das pessoas poderá ser mais complexo do que aquilo que anteriormente se pensava, não podendo caracterizar-se este efeito como algo benéfico ou negativo.

“(…) cada vez mais comunicamos pelos instrumentos que têm enfraquecido a nossa comunicação.” (Paquete de Oliveira *in* Cardoso 1998, p. 12)

Se em 1998 era possível proferir esta citação, em 2015 faz todo o sentido continuar a repeti-la e, é importante refletir nas proporções que a comunicação mediada tem tomado na sociedade e a

maneira como se tem infiltrado no quotidiano dos cidadãos. Na verdade, o ser humano atual é, segundo Lima (2013, p. 81) individualista e paradoxal, uma vez que prefere estar fisicamente sozinho em frente a um ecrã, mas a interagir eletronicamente com a demais sociedade. Este individualismo faz com que cada vez mais o contacto seja feito com os amigos virtuais e, conseqüentemente há a perda dos amigos genuínos. Mincache (2010, p. 1) argumenta que os jovens recorrem cada vez mais à tecnologia para comunicar tanto com amigos como com familiares. Porém encontram-se sozinhos quando estão nesse convívio virtual.

“Na verdade, se “todos se sentem ligados com todos, pelos meios eletrónicos”, é possível presumir que a maioria vive só, ou vive mal acompanhado, ou suporta o estado de solidão usando instrumentos produzidos para este fim.” (Lima, 2013, 81)

Brennan in Mincache (2010, p. 1) apresenta um aspeto interessante relativamente aos jovens, referindo que estes recorrem frequentemente a *sites* de relacionamentos *online*, mas afirmam que a relação que conseguem manter não se aproxima de uma relação amorosa ou amical mantida em contexto presencial. Outro aspeto a evidenciar é o facto de se encontrarem sozinhos no seu quarto quando acedem a estes endereços eletrónicos.

Assim é importante reter que a sociedade atual está em constante transformação, uma vez que a informação circula a um ritmo muito rápido. Aranha e Benazzi (2014, p. 3) referem que o acesso à internet presenteia os seus utilizadores com a oportunidade de socializar através das esferas públicas do mundo digital. O isolamento social poderá ser uma constante hoje em dia, mas a internet e as novas tecnologias não são unicamente as grandes responsáveis por este fenómeno. Mincache (2010, p. 2) refere que a tecnologia, por si só não é causadora de isolamento ou afastamento entre as pessoas. Atualmente as pessoas utilizam com frequência os recursos tecnológicos disponíveis por terem excesso ou falta de tempo. Se a falta de tempo for o fator mais determinante, a tecnologia poderá até ser considerada uma mais-valia no processo de interação comunicacional, servindo inclusive para aproximar as pessoas. Song et al. (2014, p. 450) defendem que redes sociais *online*, como por exemplo o *Facebook* são uma alternativa viável à ausência de interações presenciais.

1.60 USO DAS REDES SOCIAIS

É importante referir que as redes sociais surgiram muito antes da internet. Desde há poucos anos o uso da expressão “rede-social” tem-se intensificado e banalizado devido à crescente implementação de plataformas *online* que permitem que os sujeitos as usem para comunicar num espaço virtual. De acordo com Martínez (2011, p. 28) as redes sociais *online* são um produto da *web*

2.0 e, conseqüentemente, uma nova forma de sociabilidade do ciberespaço. Al-Saggaf e Nielsen (2014, p. 460) referem que atualmente dizer que os sites de redes sociais são um fenômeno é apenas afirmar o óbvio.

“Hoje as redes sociais são utilizadas por internautas de todas as idades, e em todo o mundo.” (Oliveira, 2011)

Markovitzky et al. (2012, p. 359) citam alguns estudos que revelam que a primeira função do uso da internet era manter relações interpessoais. Com a rápida e crescente implementação das redes sociais *online*, esta função tem sido cada vez mais enaltecida.

Antes de começarem a ser chamadas “redes sociais *online*” estas plataformas infocomunicacionais designavam-se de “comunidades virtuais”. De acordo com Cardoso (1998, pp. 1 e 2) a expressão “comunidade virtual” pode ser definida como um grupo social com interesses comuns que se encontram através de uma máquina ligada à internet. É no fundo um espaço social modernizado, diferenciando-se assim do espaço social físico mais tradicional. Tal como abordado no tópico 1.1.2 deste documento, as comunidades virtuais são uma “consequência” ou uma forma de sociabilização criada pelo ciberespaço. O único requisito necessário para se pertencer a uma comunidade virtual é uma ligação à internet através de qualquer dispositivo capaz de a comportar. Uma das vantagens deste tipo de grupo social é a ausência de fronteiras geográficas. Assim, não será demasiado audacioso asseverar que as redes sociais *online* vieram substituir as comunidades virtuais, uma vez que o significado de ambas se complementa.

Bourdieu (2004, p. 20) in Tavares (s/d, p. 6) refere que a sociedade é regida por leis que todos devem cumprir. O incumprimento de alguma levará a sanções, mais ou menos pesadas, dependendo da gravidade do incauto. Como tal, e dada a antiguidade das redes sociais, ao que se refere ao *online*, também há regras. No ciberespaço apenas se pede que os produtores atualizem frequentemente os seus conteúdos para que os consumidores não percam o interesse e lhes continuem fiéis.

Paquete de Oliveira in Cardoso (1998, p. 12) salienta que as comunidades virtuais/redes sociais “estabelecem e fazem interagir relações sociais específicas”. Uma vez integrado numa rede social virtual, o indivíduo poderá iniciar ou responder a tópicos de discussão sobre os mais diversos assuntos. O utilizador de comunidades virtuais pode estar inscrito e participar ativamente num sem número de comunidades e, ao iniciarem e/ou responderem a tópicos de discussão procuram, além de dar ou receber informação, sentimentos como inclusão social, apoio e afirmação. DiTunnariello e Farrell (2015, p. 221) mencionam que a habilidade de comunicação interpessoal é o que mantém os indivíduos ligados às redes sociais. As discussões criadas neste tipo de *websites* ajudam a fomentar apoio social e o desenvolvimento de relações interpessoais.

“Trata-se então de grandes coletividades de sujeitos, disseminados através de todo o planeta, que se aparelham a um grande número de máquinas e interagem entre si.” (Couchot in Miranda, 1999, pág. 26)

Mas, qual é o grande objetivo do indivíduo que cria um perfil numa rede social *online*? De acordo com Martínez (2011, p. 28) as redes-sociais digitais possibilitam a troca de informação e o contacto com pessoas com interesses e gostos comuns. Assim, respondendo à questão supra mencionada, os sujeitos que procuram as redes sociais fazem-no para trocarem impressões com pessoas cujos gostos e interesses pessoais se conjuguem. Também Recuero (2014, p. 115) explica que os *sites* de redes sociais são um espaço na *web* onde há a possibilidade de se criar um perfil individual que é a sua representação na rede, e utilizar essas plataformas para conversar e interagir com outros. Também é possível partilhar informação, colaborar na criação de novos conteúdos e participar em movimentos sociais. Partindo deste ponto comum, as relações criadas e estabelecidas entre utilizadores podem ser da mais diversa índole, facilitando consideravelmente a interação entre as pessoas, especialmente se se encontrarem geograficamente distantes. Al-Saggaf e Nielsen (2014, p. 260) referem que o que torna a utilização de redes sociais tão atraentes é o facto de se poder partilhar atualizações constantes acerca de sentimentos, pensamentos e atividades com amigos e estranhos.

“As pessoas procuram locais onde possam estar com outras que possuam interesses comuns ou onde possam desenvolver novas áreas de interesse, isto através de conversar e ouvir. Quando se lhes depara um local que responda as suas expectativas, em geral retornam e não raras vezes incluem-no no seu espaço usual de interacção social.” (Cardoso, 1998, p. 25)

Markovitzky et al. (2012, p. 159) e Wohn e LaRose (2014, p. 164) referem que redes sociais como o *Facebook* são maioritariamente utilizadas para manter antigos relacionamentos, do que para criar novos laços.

Por outro lado, a popularidade e o reconhecimento por parte de terceiros poderá também ser um fator condicionador para que haja recurso a uma rede social. Zywica & Danowski (2008, p. 7) denotam que os utilizadores mais jovens do *Facebook* poderão ser os mais preocupados com a popularidade que obtêm na rede social, enquanto os utilizadores mais velhos não têm tanta preocupação com a popularidade. Gallego (2010, p. 176) in Martínez (2011, p. 29) propõe que hoje em dia as redes sociais informáticas correspondem às necessidades de comunicação e de sociabilização que os seres humanos têm.

Ainda Martínez (2011, p. 29) sugere que a *web* possibilita uma forte ligação entre as pessoas, propondo inclusive a distinção entre redes sociais pessoais e redes sociais profissionais. Nas redes sociais pessoais reinam os interesses em comum e os contactos adquiridos em contexto recreativo. Nas redes sociais de cariz profissional imperam os contactos profissionais úteis aos utilizadores.

“De facto, aquilo que os jovens fazem nas redes sociais a que acedem é semelhante ao que fazem no mundo *offline*, ou seja, conviver com os outros, trabalhar a sua apresentação e experimentar correr riscos que os ajudarão na formação e construção da sua identidade.” (Mendes et al., 2011, p. 418)

Al-Saggaf e Nielsen (2014, p. 465) concluíram que as pessoas que se sentem mais solitárias nas suas relações presenciais, tendem a divulgar mais informações pessoais do que as pessoas conectadas, enquanto as pessoas consideradas conectadas aproveitam para publicar e expor os seus pontos de vista acerca de diferentes matérias. Os autores acreditam que esta diferença se deve ao facto dos indivíduos solitários se quererem aproximar de outras pessoas e para isso, tentam parecer atrativos através do seu perfil virtual, para que seja mais fácil começar a desenvolver relações com outras pessoas.

Martínez (2011, p. 29) esclarece que com as redes sociais informáticas é posta em prática a máxima: “os amigos dos meus amigos, meus amigos são”, uma vez que há a possibilidade de interação com um sem número de utilizadores da mesma plataforma, sejam estes utilizadores conhecidos e/ou conhecidos de conhecidos. Recuero (2014, p. 115) acrescenta que a adição de um novo “amigo” numa rede social resulta numa ligação permanente entre ambos no *site*, não havendo lugar para a dissipação ou separação que acontece nas relações presenciais. Ainda Martínez (2011, p. 29) refere que ao mesmo tempo que alargam o seu ciclo de amigos, também podem adquirir informação pertinente tanto para o seu bem-estar físico e emocional como para a sua função laboral, visto que permite a partilha de notícias, artigos de carácter cultural, pensamentos, fotografias, vídeos, música entre outras coisas. A autora assegura que as redes sociais digitais são um ótimo meio de comunicação entre pessoas, uma vez que é possível veicular todo o tipo de informação.

Zywica & Danowski (2008, p. 6) explicam que alguns utilizadores das redes sociais querem agradar aos outros e tornarem-se o mais atrativos possível, para que se possam considerar populares. De acordo com Jacobson (1999) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) esta atração pode ser feita através do nome indicado no perfil, mensagens e a disposição do perfil. Estas informações permitem aos outros utilizadores criarem uma impressão acerca do proprietário daquele perfil. Swinth, Farnham, & Davis (s/d) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) notam que os utilizadores seleccionam a informação que querem mostrar aos outros, para que se sobressaiam as suas qualidades mais positivas. No entanto, Hancock & Dunham (2001) in Zywica & Danowski (2008, p. 6) reparam que as primeiras impressões criadas pelos indivíduos que comunicam *online* são menos detalhadas e completas do que as criadas em ambiente presencial. Ainda assim, estas impressões podem ser mais excessivas do que as criadas presencialmente, uma vez que há ausência de expressões faciais e emocionais.

Martínez (2011, p. 30) adapta o uso das redes sociais digitais à Teoria dos Usos e Gratificações de Mcquail e Windahl (1997), propondo-se a perceber se as pessoas utilizam este tipo de ferramenta comunicacional para obterem alternativas aceitáveis à companhia humana presencial, ou se o fazem para terem assuntos de conversa com os demais utilizadores através de conversas criadas com base nas publicações feitas. Como é de conhecimento geral, a máxima de uma rede social virtual prende-se com a aquisição de relações com outras pessoas em contexto digital, tendo a possibilidade de aumentar o número de “amigos” até ao infinito. Ellison et al. (2007) in Zywica & Danowski (2008, p. 5) referem que as pessoas que se sentem mais infelizes com a sua vida e com uma autoestima mais baixa, procuram compensar essas falhas recorrendo ao uso das redes sociais, comunicando com um sem número de pessoas. Em redes sociais como o *Twitter* ou o *Facebook*, é de facto possível comunicar com um vasto número de pessoas, mas essa interação é falaciosa, uma vez que os laços de amizade mantidos são apenas virtuais, não tendo qualquer carácter afetivo. Embora seja enganadora, essa interação permite superar as expectativas dos seus utilizadores, uma vez que há a possibilidade de multidirecionar as mensagens a um grande número de pessoas e obter respostas rápidas.

Assim, Martínez (2011, p. 30) defende que as redes sociais *online* propiciam a comunicação entre as pessoas, podendo fazer circular todo o tipo de informação, oferecem inclusive a possibilidade de se jogar jogos virtuais, publicitar qualquer tipo de evento e convidar os demais utilizadores a participar, bem como tornarem-se “fãs” de uma determinada entidade e seguir todas as informações relativas a essa empresa.

Dans (2010, p. 287) in Martínez (2011, p. 30) analisa o funcionamento das redes sociais em três pontos distintos. Um utilizador recorre a uma página na *web*, cria um perfil e convida outros cibernautas a fazerem parte da sua rede de contactos. Os que aceitarem passam a poder receber informações mutuamente. Este sistema de convite estende-se a todos os utilizadores da mesma plataforma, espalhando-se deste modo as conexões ilimitadas. Estas conexões ilimitadas permitem que aos utilizadores criarem uma rede de contactos, fazendo circular informação de acordo com o tipo de rede social em que as pessoas estão inseridas.

Marwick (2005) in Zywica & Danowski (2008, p. 6), com base numa análise detalhada a perfis de redes sociais identificou três tipos de apresentação diferentes: “Genuíno”, “Genuíno Irónico” e “Falso”. O primeiro é definido como alguém que apresenta informação totalmente verdadeira acerca de si próprio. O “Genuíno Irónico” é alguém que apresenta informação verdadeira, mas algo modificada com recurso a sarcasmo. O título de “Falso” é atribuído ao utilizador que se faz passar por uma celebridade, objeto, local ou atividade.

Martínez (2011, pp. 30, 31) destaca algumas redes sociais como as mais procuradas e mais utilizadas em todo o mundo. Começa por referir aquela que poderá ser a rede social por excelência:

o *Facebook*. Esta é de facto uma plataforma que agrega várias aplicações que permitem, entre outras coisas, partilhar fotografias, tanto de perfil como de algum lugar prontamente visitado, escrever comentários nessas mesmas fotografias, adicionar pessoas à sua rede de contactos, enviar mensagens a todos os utilizadores da mesma rede social, bem como “coscuvilhar” o perfil de outros utilizadores.

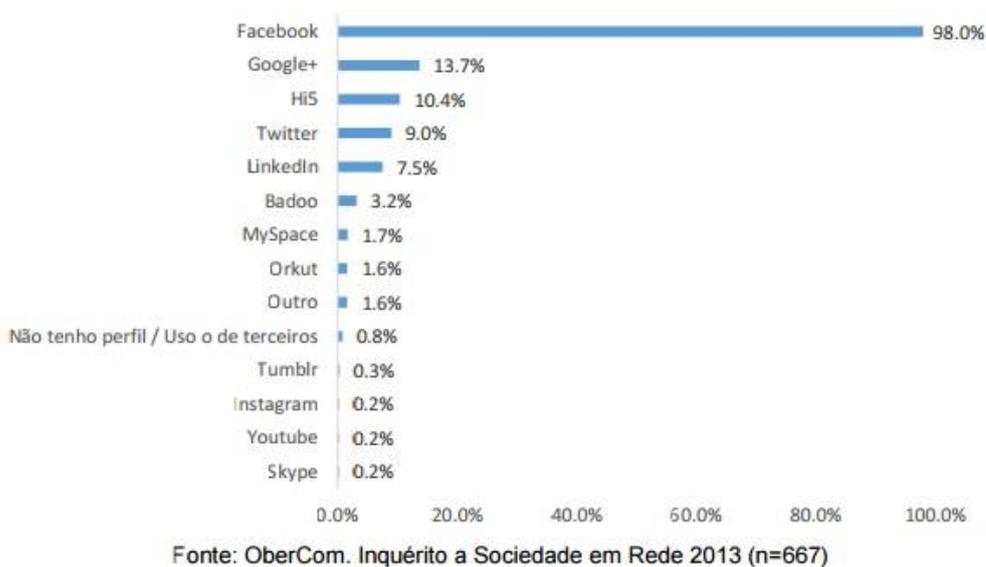


Figura 2 Sites de redes sociais em que os portugueses têm perfil

O *Twitter* é outra rede social também bastante conhecida. Trata-se de uma plataforma de *microblogging* gratuita, onde é possível partilhar frases com um máximo de 140 caracteres com a demais comunidade. Essas frases curtas, denominadas entre membros da comunidade por: “*tweets*” podem, tal como todos os conteúdos publicados no *Facebook*, ser de qualquer natureza. O *Myspace* foi possivelmente a rede social pioneira na socialização na *web*. O conceito do *Myspace* é muito semelhante ao do *Facebook*, sendo possível a criação de um perfil, colocar fotografias de perfil, adicionar amigos, escrever comentários em fotografias ou na página principal dos outros utilizadores, partilhar vídeos, entre outras tarefas. Contudo, a rede social criada por Mark Zuckerberg, o *Facebook*, conseguiu impor-se perante o *Myspace*, tendo atualmente mais utilizadores. Também com um conceito semelhante ao *Myspace* e ao *Facebook* é o *Hi5*, uma rede social muito popular em todo o mundo na primeira metade da década de 2000. O perfil de um utilizador no *Hi5* era equiparado ao seu “cartão-de-visita”, mas atualmente já não é tão comum. O *LinkedIn* é uma outra rede social também bastante comum, mas prima pelo profissionalismo. Permite aos seus utilizadores manterem o seu *Curriculum Vitae* atualizado e auxilia-os na busca ativa de um novo emprego. Ao mesmo tempo permite manter contacto com colegas de profissão oriundos de todo o mundo. Todas as redes sociais

acima mencionadas partilham o mesmo conceito: interação com os outros. Um sujeito pertencente a uma rede social *online* está exposto ao mundo, e pode aceder-lhe para: se divertir ou passar o tempo, se relacionar com os outros, se afirmar perante os outros, expondo publicamente os seus pensamentos, gostos musicais, culturais, etc, ou para se manter informado sobre o mundo que o rodeia.

Al-Saggaf e Nielsen (2014, p. 466) advertem que os sites de redes sociais são um ambiente muito propício para a escolha de vítimas de determinados crimes, uma vez que há a facilidade de acesso a informações pessoais. Com esta exposição os dados pessoais podem ser usados para fins menos recomendáveis, como por exemplo roubos de identidade, *bullying* ou perseguições virtuais.

1.7 COMUNICAÇÃO MEDIADA VS. COMUNICAÇÃO PRESENCIAL

Turkle (2011, p. 13) refere que as ligações *online* foram inicialmente concebidas para substituir a comunicação presencial, mas por qualquer razão, não explicitada pela autora, esse feito tornou-se impraticável. Por sua vez, Martínez (2011, p. 31) argumenta que as redes sociais vão de encontro às necessidades que os seres humanos têm de comunicar e socializar. Hurst (2014, p. 105) explica que as novas tecnologias da comunicação representam um progresso importante na replicação da presença necessária para o mantimento da intimidade, uma vez que são meios baratos e rápidos para que a comunicação seja efetuada. Shalom et al. (2015, p. 202) defendem que a comunicação mediada por computador rapidamente se tornou no meio de comunicação mais central na interação humana, uma vez que os indivíduos comunicam *online* recorrendo a diferentes websites e ferramentas para o efeito. De acordo com Markovitzky et al. (2012, p. 359) cada vez mais, o primeiro contacto entre pessoas que se desconhecem dá-se por meio da comunicação mediada ao invés de encontros físicos presenciais.

“Dizemos que a conversação mediada pelo computador é, assim, uma apropriação, ou seja, uma adaptação de meios que originalmente são textuais e não propícios às interações orais para um fim, que é aquele da conversação.” (Recuero, 2014, p. 115)

De acordo com Moody (2001, p. 393) há diversos estudos que relatam que a comunicação mediada por computador é considerada impessoal quando comparada com a comunicação presencial, uma vez que oferece poucos canais para a sua difusão e compreensão. Isto é, durante uma conversa em contexto presencial é possível observar várias características físicas tanto por parte do emissor como do recetor. Entre estas características físicas destacam-se: a entoação das palavras, hesitações, expressões faciais ou algumas diferenças no tom voz dos interlocutores (Moody, 2001, p. 393; Hurst, 2014, p. 106). Por sua vez, Moody (2001, p. 393) defende que a comunicação mediada por

computador se resume a palavras escritas com auxílio de um teclado e símbolos que são disponibilizados para desentediá-las conversas. Assim, os poucos canais que a comunicação mediada por computador oferece permitem considerá-la impessoal, uma vez que os recetores prestarão pouca atenção às palavras proferidas pelos emissores. Também Markovitzky et al. (2012, p. 360) argumentam que a comunicação mediada por computador surge como um meio seguro para que indivíduos com distúrbios de ansiedade elevados consigam comunicar, uma vez que os aspetos ameaçadores das interações sociais presenciais são eliminados. Também Hurst (2014, p. 105) aponta um aspeto a ser tido em conta na comunicação mediada, que se prende com o facto de o envio de uma mensagem de texto (via SMS, email, etc.) evita lidar com a reciprocidade e sensibilidade do autor no momento em que é enviada e respondida, não acontecendo o mesmo na comunicação presencial, pois o emissor e recetor estão fisicamente próximos e para que a comunicação continue a ser mantida é necessária uma resposta (quase) imediata.

Bardi e Brady (2010, p. 1722) concordam que a timidez poderá inibir a formação e manutenção de relações sociais, mas defendem que os seres humanos são sociais e necessitam de manter relações. Assim, os autores acreditam que as pessoas com grandes níveis de timidez se sentem muito atraídas pelas novas tecnologias da comunicação, uma vez que permitem o estabelecimento de relações interpessoais e ao mesmo tempo protegem os intervenientes de possíveis desconfortos surgidos aquando das interações presenciais.

Markovitzky et al. (2012, p. 360) referem que atualmente a comunicação mediada oferece um primeiro passo útil para amenizar formas de interação social, contemplando tanto a virtual como a presencial. Os autores ainda referem que há estudos que suportam a tese de que indivíduos com níveis elevados de timidez desenvolvam e mantenham relações através da internet.

Turkle (2011) defende que atualmente é possível estar em constante conexão com a demais sociedade dada a “panóplia” de equipamentos tecnológicos disponíveis que possibilitam a comunicação à distância.

Hurst (2014, p. 104) refere que as novas tecnologias da comunicação se têm desenvolvido muito rapidamente devido à ideia preconcebida de que não existe intimidade nas relações à distância, uma vez que o contacto físico está em falta. Assim, têm surgido cada vez mais programas e ferramentas de comunicação mediada que permitem estabelecer um encontro visual entre emissor e recetor da mensagem.

“A interação no ambiente virtual é mediada através de tecnologia, em vez do habitual frente-a-frente. Encontrar as pessoas torna-se mais fácil. As diferenças de língua podem ser superadas através de aplicações de *software* concebidas para traduzir as mensagens.” (Hartley, 2004, pp.55, 56)

Ainda Moody (2001, p. 393) refere que a internet contrasta com os estudos que revelam que a internet inibe a comunicação, há outros que mostram que a comunicação pode ser aumentada *online*, devido à tal ausência de canais que a tornam impessoal. Isto é, na comunicação mediada não emergem preocupações com a aparência física, condição social ou contenção nas respostas. Dando conforto para que seja transmitida alguma informação pessoal, sendo essa suficiente para promover relacionamentos interpessoais. Também Joinson (2003) in Zywicki & Danowski (2008, p. 7) defende que alguns utilizadores da internet experienciam menos inibição *online*, conseguindo ser mais sociáveis quando a comparação é feita com situações presenciais. Este facto torna as pessoas mais desinibidas e mais capazes de se expressarem verdadeiramente. Também Bardi e Brady (2010, p. 1722) defendem que indivíduos tímidos recorrem muito frequentemente à internet para satisfazerem as suas necessidades de pertença social. Assim, a internet surge como um meio de comunicação propício à expansão do círculo de amigos, melhoria da autoestima e melhoria da sua condição social. Também Hartley (2004, p. 56) apresenta dois aspetos distintos às diferenças entre a comunicação mediada e a comunicação presencial. Admite que por um lado é um bom escape para os preconceitos, repressões e receios do quotidiano das pessoas. Mas por outro, a comunicação mediada surge como um substituto à comunicação presencial. Caplan (2007, p. 235) também refere que a solidão dos indivíduos é mediada por uma preferência para a interação *online*, uma vez que se acredita ser mais seguro, eficaz, confiável e confortável comunicar recorrendo a uma ligação à internet do que a tradicional conversa *offline*. Por outro lado, Hurst (2014, p. 107) reporta que a cultura da conectividade atual permite acoplar as sensações de preocupação e curiosidade sentidas aquando dos encontros presenciais. Isto é, comunicando com a proteção do ecrã, os interlocutores podem pensar mais calmamente nas suas respostas e editá-las, se assim o desejarem, bem como redefinir a sua própria personalidade.

Ainda Hurst (2014, p. 105) remata que algumas das interferências sentidas através da comunicação mediada por computador o poder da comunicação verbal não é de todo perdido, uma vez que continuam a permitir o contacto íntimo.

Mckenna et al. (2002) in Zywicki & Danowski (2008, p. 7) denotam que algumas pessoas são incapazes de apresentar determinados atributos da sua personalidade. Este facto cria uma ponte entre a verdadeira pessoa e a pessoa que comunica. Assim, Bargh et al. (2002) e Mckenna et al. (2002) in Zywicki & Danowski (2008, p. 7) concluíram que as pessoas são capazes de se expressar melhor quando mantêm uma conversa *online* do que quando o fazem de forma presencial. Amichai-Hamburger, Wainapel, & Fox (2002) in Zywicki & Danowski (2008, p. 7), após analisarem uma sessão de *chat* deduziram que pessoas introvertidas ou com problemas neurológicos descobriam-se a si próprias em conversas mediadas. Por outro lado, os extrovertidos conseguiam encontrar o seu

“verdadeiro eu” em conversações presenciais. Também Shaw e Gant (2002, p. 169) concordam com este apontamento, referindo que a anonimidade *online* permite que as pessoas experienciem e expressem várias facetas da sua personalidade, que muitas vezes se sentem constrangidas a mostrar no seu quotidiano.

Parks and Floyd in Moody (2001, p. 393, 394) e Caplan (2007, p. 235) sugerem que a comunicação mediada ajuda indivíduos solitários e/ou com algum tipo de incapacidade física ou cognitiva, tímidos ou socialmente isolados a desenvolver relações sociais com outras pessoas que de outra forma não seriam capazes ou não teriam vontade de o fazer. Assim, a comunicação mediada oferece a este tipo de indivíduos facilidade de comunicação e algumas vantagens interpessoais na busca de apoio para os seus problemas quando a comunicação presencial não os satisfaz a esse nível.

Shaw e Gant (2002, p. 169) acreditam que a anonimidade presente nas relações criadas e mantidas através do ciberespaço são propícias à partilha de informações pessoais mais rapidamente, quando comparadas com relações presenciais, mostrando que a comunicação mediada faz com que os constrangimentos físicos que poderão causar ausência de relações sociais sejam eliminados.

Turkle (2011, p.14), através da exposição de exemplos práticos vivenciados pela autora, afirma que as pessoas quando estão em locais públicos preferem estar sozinhas nas suas redes pessoais, ignorando o mundo físico que as rodeia. Sendo que é mais importante estarem acorrentados com os seus dispositivos do que conviver com outras pessoas de forma cordial e presencial. Ainda Turkle (2011, p. 15) refere que em empresas, entre amigos ou em ambientes académicos as pessoas preferem deixar uma mensagem de *voice-mail* ou enviar um *email* do que ter uma conversa presencial sobre um determinado assunto.

De acordo com Caplan (2007, p. 234) alguns investigadores propuseram a hipótese de comparação entre os relacionamentos *online* dos solitários e os não solitários. Daí se concluiu que os solitários são atraídos por algumas características únicas de interação social *online* que não são possíveis em relacionamentos presenciais. Mckenna et al. in Caplan (2007, p. 234) sugerem que os indivíduos solitários sentem-se mais confiantes em expressar a sua verdadeira personalidade para com aqueles que conhecem *online* do que com os que conhecem presencialmente.

1.8 ISOLAMENTO SOCIAL E ANSIEDADE

Teo et al. (2013, p. 354) garantem que as relações sociais são um elemento crítico na vida das pessoas, sendo que alguns problemas físicos e emocionais, tais como obesidade, alcoolismo, tabagismo ou violência contra terceiros podem estar diretamente associados ao isolamento social. Hawthorne (2008) in Teo et al. (2013, p. 354) revela que o isolamento social é comum em

comunidade, sendo atualmente um fator de preocupação o facto de a solidão e a desconexão física estar em crescente na sociedade, uma vez que segundo Meltzer et al., (2013) in Teo et al. (2013, p.354) o isolamento social está também associado a doenças do foro mental, como distúrbios de ansiedade, havendo inclusive, de acordo com Negata et al. (2013) in Teo et al. (2013, p. 354) diferentes estratégias de tratamento para as doenças dos que se isolam socialmente.

Teo et al. (2013, p.354) designam isolamento social como a ausência de contacto, interação ou relações sociais que podem ser derivadas de várias causas. Rubin, Coplan, & Bowker (2009) in Teo et al. (2013, p.354) creem que o isolamento social pode provir tanto de características internas como externas ao indivíduo.

Caplan (2007, p. 234) sugere que o modelo cognitivo-comportamental do uso problemático da internet propõe que alguns cibernautas estão mais predispostos a desenvolver comportamentos sociais negativos envolvendo a sua atividade *online*, havendo vários estudos que apresentaram uma relação concomitante significativa e positiva entre a solidão e o uso excessivo da internet, determinando que o solitário prefere relacionar-se com outros através da internet.

“Ansiedade é uma parte da nova conectividade” (Turkle, 2011, p. 242)

Shalom et al. (2015, p. 202) definem ansiedade social como o medo persistente da sociedade ou de situações sociais onde os sentimentos de embaraço ou aflição possam emergir. Os distúrbios de ansiedade social podem provocar alguns problemas psicológicos preocupantes, tais como taxas de suicídio elevadas.

Markovitzky et al. (2012, p. 359) referem que as mudanças tecnológicas poderão causar algum impacto nos indivíduos com distúrbios de ansiedade.

Caplan (2007, p. 235) refere que Leary menciona que as pessoas que sofrem de distúrbios de ansiedade quando convivem em sociedade, tendem a limitar a sua autoapresentação para que não sejam julgados pelos outros, tornando-se mais eficaz recorrer à internet para contactar com os outros, uma vez que podem reinventar e ajustar a sua autoapresentação e torna-la mais eficaz e atrativa e menos ameaçadora *online*. Também Shalom et al. (2015, p. 203) concordam com esta tendência, tendo apurado que diversos estudos demonstraram que os indivíduos com níveis de ansiedade mais elevados tendem a passar mais tempo *online*. Inclusive, aqueles cujos níveis de ansiedade social são mais elevados estão mais propícios a desenvolver amizades *online*, muito possivelmente devido à anonimidade e ausência de contacto verbal, deixando os indivíduos com patologias do foro ansiolítico menos preocupados com o confronto que acontece em situações de comunicação presencial.

Teo et al. (2013, pp. 358, 362) garantem que o isolamento social está intimamente ligado a distúrbios de ansiedade. Estes distúrbios aparecem associados a pessoas solteiras e/ou que vivem sozinhas, bem como em adolescentes solitários.

Hurst (2014, p. 107) admite que o uso excessivo da comunicação mediada por computador pode tornar os indivíduos narcisistas. Neste caso concreto, a autora não define o termo narcisista de forma positiva. Alega que estes indivíduos narcisistas são pessoas psicologicamente frágeis, vulneráveis e inseguras. Quando mantêm uma relação com alguém, fazem-no sempre de forma a tentarem afirmar-se. Tentam fazer com que a conversa seja unilateral, pois não suportam a rejeição e adaptam as conversas às suas necessidades, não dando oportunidade de resistência.

Markovitzky et al. (2012, p. 360) argumentam que a ansiedade social foi um fator com elevada influência para a preferência da comunicação mediada à comunicação presencial, uma vez que virtualmente os compromissos sociais são facilmente evitáveis.

Shalom et al. (2015, p. 206) apuraram que a comunicação mediada por computador provoca uma resposta fisiológica semelhante à ansiedade sentida na comunicação face-a-face. No entanto, a já referida ausência de diversos canais torna esta forma de comunicação menos ameaçadora socialmente e mais controlável, tendo como consequência uma maior sensação de sucesso.

Também Bardi e Brady (2010, p. 1722) concordam que a comunicação mediada por computador foi proposta para oferecer proteção de alguns efeitos negativos que possam surgir aquando da comunicação presencial. Os mesmos autores acreditam que a comunicação mediada reduz os sentimentos de ansiedade e, como consequência disso, as pessoas tímidas conseguem comunicar mais intimamente com a demais sociedade.

De acordo com Janssen et al. (2014, p. 40) creem que as novas tecnologias da informação e comunicação permitem criar relações de intimidade capazes de reduzir a solidão dos indivíduos. Com o uso dos dispositivos móveis, as pessoas estão emocionalmente próximas e em contacto, fazendo com que a comunicação de emoções seja mais fácil. Similarmente Bardi e Brady (2010, p. 1722) citam diversos estudos que provam que os indivíduos socialmente ansiosos preferem o envio mensagens escritas a conversas telefónicas faladas. Ainda Bardi e Brady (2010, p. 1724, 1725) descobriram que as pessoas tímidas são as mais suscetíveis ao uso de mensagens instantâneas para diminuírem os seus níveis de solidão, tendo referido que diminuir este nível é particularmente importante para eles, terminando com a certeza de que as pessoas tímidas preferem a comunicação *online*.

Markovitzky et al. (2012, p. 360) creem que a Comunicação Mediada pode ter um grande impacto nos indivíduos com níveis elevados de ansiedade social que experienciam determinados desafios nas suas interações sociais, uma vez que a pouca exposição e as limitações ao escrutínio são uma alternativa mais segura para a comunicação.

2. METODOLOGIA

Para a realização deste estudo foi feita uma abordagem quantitativa, utilizando uma metodologia não-experimental, uma vez que, não há controlo das variáveis em estudo. O método utilizado para a recolha de dados será um inquérito por questionário, disponível numa plataforma *online* para esse efeito. Esta será a forma utilizada, uma vez que a análise de dados irá de encontro à “corrente interpretativista” proposta por Azevedo e Azevedo, (1998, p. 26). O questionário começou a ser divulgado no dia 8 de julho de 2015, tendo-se mantido *online* até ao dia 8 de outubro do mesmo ano. O método utilizado será o não experimental, uma vez que o público-alvo desta investigação serão apenas internautas com um registo ativo em pelo menos uma rede social *online*.

2.1 O QUESTIONÁRIO

Fora a restrição supracitada, este estudo não restringiu idades, géneros ou habilitações académicas. Para esse fim foram disponibilizadas 67 perguntas, organizadas em cinco partes distintas. A primeira parte pretende recolher dados sociodemográficos dos participantes, bem como, perceber em quantas redes-sociais estão inscritos e, se desde que se conectaram às redes sociais, a sua forma de comunicar com familiares e amigos se alterou. Esta primeira parte é designada de “Dados Sociodemográficos”. A segunda parte é composta por 25 questões e pretende averiguar a frequência com que os sujeitos recorrem à internet, quais as atividades que mais realizam *online* e que tipo de relações estabelecem em contexto virtual, será apontada ao longo da discussão de resultados como: “Frequência com que recorrem à internet”. A terceira secção é relativa à solidão social e emocional dos indivíduos, onde o que é pretendido observar é a capacidade que os sujeitos têm de estabelecer relações amicais em contexto presencial. São dez perguntas cujas respostas deverão ser respondidas em escala. Há a opção de escolher entre o “Nunca” e o “Muito Frequentemente”, havendo também a opção do respondente se resguardar, não sendo a pergunta relativa a si ou não querendo responder. Esta terceira parte é distinguida das demais como “Solidão Social e Emocional dos indivíduos”. A quarta parte pretende descobrir qual a opinião que os inquiridos têm de si mesmos, nas suas redes de comunicação, tanto *offline* como *online*, definida ao longo da apresentação de resultados como: “Escala de Redes de Comunicação *online* e *offline*”. A quinta secção é uma escala de autoconsciência e uma subescala de ansiedade social, onde é pretendido perceber como é que os inquiridos reagem quando estão fisicamente rodeados de pessoas estranhas e, têm de interagir com elas. Esta quinta parte será referida como “Escala de Autoconsciência e subescala de ansiedade social”.

O questionário disponibilizado foi traduzido e adaptado do da escala de solidão de (Moody, 2001, pp.397-401).

2.2 PROCEDIMENTOS ESTATÍSTICOS

Para o tratamento dos dados disponíveis foi utilizado o programa estatístico *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS – versão 20). Com este programa foram feitas análises dos cálculos estatísticos necessários, para obtenção de dados descritivos e inferenciais. Na obtenção de dados estatísticos descritivos, foram calculadas frequências, uma vez que as variáveis disponíveis eram ordinais e nominais. Também foram calculadas médias e desvios padrão para algumas variáveis. Para analisar a relação entre variáveis, foram calculados os coeficientes de correlação de *Spearman*, *Pearson* assim como o teste do Qui-Quadrado. O nível de significância estatística foi estipulado para valores de $p < .05$ e 0.01 e nalguns casos 0.10 .

2.3 RELAÇÃO ENTRE OBJETIVOS E QUESTÕES PROPOSTAS NO QUESTIONÁRIO

2.3.1 OBJETIVOS GERAIS

Objetivo	Questão
Compreender se o uso das tecnologias infocomunicacionais alterou as formas de relacionamento entre as pessoas.	Desde que se conectou às redes sociais, a sua forma de comunicar com os seus amigos e familiares sofreu alterações?

Objetivo	Questões
Assinalar diferenças existentes entre o contacto virtual e o contacto face-a-face;	<p>Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i>.</p> <p>Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas.</p> <p>Descrevo-me como uma pessoa comum.</p> <p>Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem.</p> <p>Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo.</p> <p>Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o.</p> <p>Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet.</p> <p>Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar.</p> <p>A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas.</p> <p>A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável.</p> <p>A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente.</p> <p>Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.</p> <p>Supero facilmente a minha timidez em situações estranhas.</p>

Objetivo	Questões
<p>Perceber em que medida o uso das tecnologias infocomunicacionais e, especificamente o uso das redes sociais <i>online</i>, fazem com que o indivíduo se sinta mais ou menos em estado de conexão e/ou solidão.</p>	<p>A maioria das pessoas à minha volta parecem-me estranhos. Não estou muito satisfeita/o com os grupos em que participo. Há boas pessoas à minha volta que entendem os meus pontos de vista e as minhas crenças. Não há ninguém a quem eu me sinta próxima/o. Tenho um parceiro romântico que me apoia e encoraja. Pertença a um grupo de amigos. Há pessoas com quem posso contar para ter companhia. Não tenho uma relação específica na qual me sinta compreendida/o. Eu sou uma parte importante no bem-estar emocional de outra pessoa. Não tenho uma relação amorosa especial. Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i>. Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas. Descrevo-me como uma pessoa comum. Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem. Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo. Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o. Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet. Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar. A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas. A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável. A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente. Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.</p>

2.3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Objetivo	Questões
<p>Compreender os usos e perceções que os indivíduos têm dos serviços em rede ao nível das relações de intimidade e reconforto emocional;</p>	<p>Quantos amigos próximos tem? (exclua familiares) Com quantos amigos comunica regularmente <i>online</i>? (exclua familiares) Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente para conversar de forma presencial? (exclua familiares) Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu e mantém <i>online</i>? (o contacto estabelecido com essa(s) pessoa(s) é exclusivamente online, através de redes sociais como o <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i>, <i>Instagram</i> e <i>Snapchat</i>) Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu <i>online</i>? (o primeiro contacto foi estabelecido online, mas mais tarde decidiram ter um encontro presencial) Em média, com quantas pessoas comunica diariamente <i>online</i>? (inclui comunicação pessoal e profissional) Para cada uma das seguintes opções, por favor indique, em horas e minutos, quanto tempo passa por dia em cada uma destas atividades <i>online</i> (indicando um número). Depois classifique por ordem de preferência, de 1 a 7, as mesmas atividades, em que 1 corresponde à sua preferida e 7 a menos elegida.</p>

Objetivo	Questões
<p>Compreender em que medida as relações amicais e familiares são afetadas pelo uso das tecnologias infocomunicacionais;</p>	<p>Quantos amigos próximos tem? (exclua familiares) Com quantos amigos comunica regularmente <i>online</i>? (exclua familiares) Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente para conversar de forma presencial? (exclua familiares) Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu e mantém <i>online</i>? (o contacto estabelecido com essa(s) pessoa(s) é exclusivamente online, através de redes sociais como o <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i>, <i>Instagram</i> e <i>Snapchat</i>) Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu <i>online</i>? (o primeiro contacto foi estabelecido online, mas mais tarde decidiram ter um encontro presencial) Em média, com quantas pessoas comunica diariamente <i>online</i>? (inclui comunicação pessoal e profissional) Desde que se conectou às redes sociais, a sua forma de comunicar com os seus amigos e familiares sofreu alterações?</p>

Objetivo	Questão
Analisar se existe uma correlação entre a intensidade de conexão <i>online</i> e a desvinculação das conexões presenciais da rede sociais de proximidade física.	Quantas horas por semana passa em redes-sociais <i>online</i> , <i>Facebook</i> , <i>Instagram</i> , <i>Twitter</i> , <i>Snapchat</i> ou outra do seu agrado?

Objetivo	Questões
Compreender o que motiva e desencadeia uma sensação agradável nas conexões <i>online</i> ;	<p>Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i>.</p> <p>Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas.</p> <p>Descrevo-me como uma pessoa comum.</p> <p>Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem.</p> <p>Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo.</p> <p>Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o.</p> <p>Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet.</p> <p>Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar.</p> <p>A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas.</p> <p>A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável.</p> <p>A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente.</p> <p>Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.</p>

Objetivo	Questões
<p>Conhecer o que leva o sujeito a preferir as conexões <i>online</i> às conexões com as pessoas do seu contexto presencial;</p>	<p>Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i>. Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas. Descrevo-me como uma pessoa comum. Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem. Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo. Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o. Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet. Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar. A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas. A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável. A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente. Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente. Supero facilmente a minha timidez em situações estranhas. Sinto-me desconfortável quando estou a ser observada/o. Sinto-me embaraçada/o muito facilmente. Não considero que falar com estranhos seja uma tarefa complicada. Sinto-me ansiosa/o quando falo em frente a grupos. Grupos grandes fazem-me sentir nervosa/o.</p>

Objetivo	Questões
<p>Compreender qual o grau de importância dada pelos indivíduos aos vínculos <i>online</i>, nomeadamente, ao nível da sua autoestima.</p>	<p>Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i>. Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas. Descrevo-me como uma pessoa comum. Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem. Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo. Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o. Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet. Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar. A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas. A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável. A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente. Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.</p>

3. RESULTADOS

Nesta secção serão apresentados os resultados obtidos a partir do tratamento estatístico, recorrendo ao auxílio do SPSS. No início é apresentada uma estatística descritiva. Seguidamente será exposta uma análise das relações existentes entre as diferentes variáveis em estudo.

3.1 PARTICIPANTES

De acordo com as tabelas 1, 2, 3 e 4 é possível verificar que durante os três meses em que o questionário esteve *online* foi recolhida uma amostra de 150 respondentes, com uma grande maioria do sexo feminino (105 mulheres, 45 homens), com idades compreendidas entre os 16 e os 70 anos, sendo a faixa etária entre os 21 e os 25 anos a que mais aderiu a este estudo, com pelo menos um registo ativo numa qualquer rede social. Também é visível que a maior adesão se deu por parte de estudantes. A nível de literacia é, também, possível averiguar que a maioria dos inquiridos têm uma licenciatura ou um grau académico superior.

Idade	n	%
Entre 16 – 20 anos	13	8,7
Entre 21 – 25 anos	72	48
Entre 26 – 30 anos	26	17,3
Entre 31 – 35 anos	16	10,7
Entre 36 – 40 anos	8	5,3
Entre 41 – 45 anos	10	6,7
Entre 46 – 50 anos	2	1,3
Entre 51 – 55 anos	2	1,3
Entre 66 – 70 anos	1	0,7

Total 150

Tabela 1 Caracterização das idades dos inquiridos

Género	N	%
Feminino	105	70
Masculino	45	30

Total 150

Tabela 2 Género dos inquiridos

Profissão	N	%
Advogada/o	4	2,7
Assistente Administrativo	3	2
Engenheira/o	5	3,3
Estudante	58	38,7
Funcionário Público	8	5,3
Operário Fabril	1	0,7
Professor/(a)	12	8
Secretária/(o)	2	1,3
Desempregada/(o)	20	13,3
Outra	37	24,7

Total 150

Tabela 3 Profissão dos inquiridos

Habilitações literárias	N	%
9ºano	4	2,7
12ºano	32	21,3
Licenciatura	78	52
Mestrado	30	20
Doutoramento	6	4

Total 150

Tabela 4 Habilitações Literárias da amostra

3.2 DADOS REFERENTES À INSCRIÇÃO NAS DIFERENTES REDES SOCIAIS ONLINE

3.2.1 O REGISTO NO *FACEBOOK*

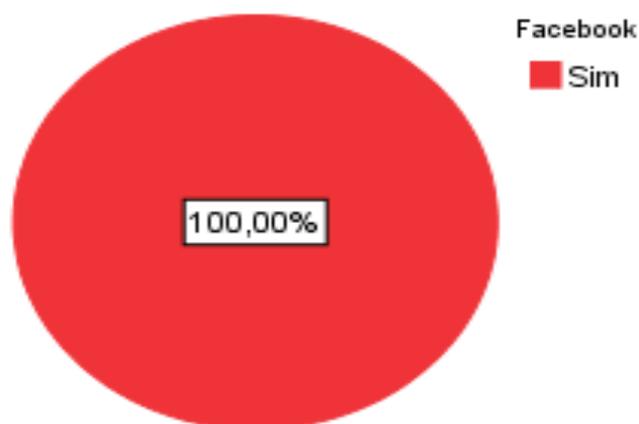


Gráfico 1 Percentagem de Inscritos no *Facebook*

Os dados do gráfico 1 refletem que toda a amostra inquirida está registada na rede-social *online Facebook*. Assim, do registo nesta rede social apenas será necessário analisar as percentagens relativas ao tempo de inscrição e de número de amigos, não sendo prescindível fazer qualquer relação com os fatores sociodemográficos da amostra, uma vez que todos estão inscritos nesta rede social.

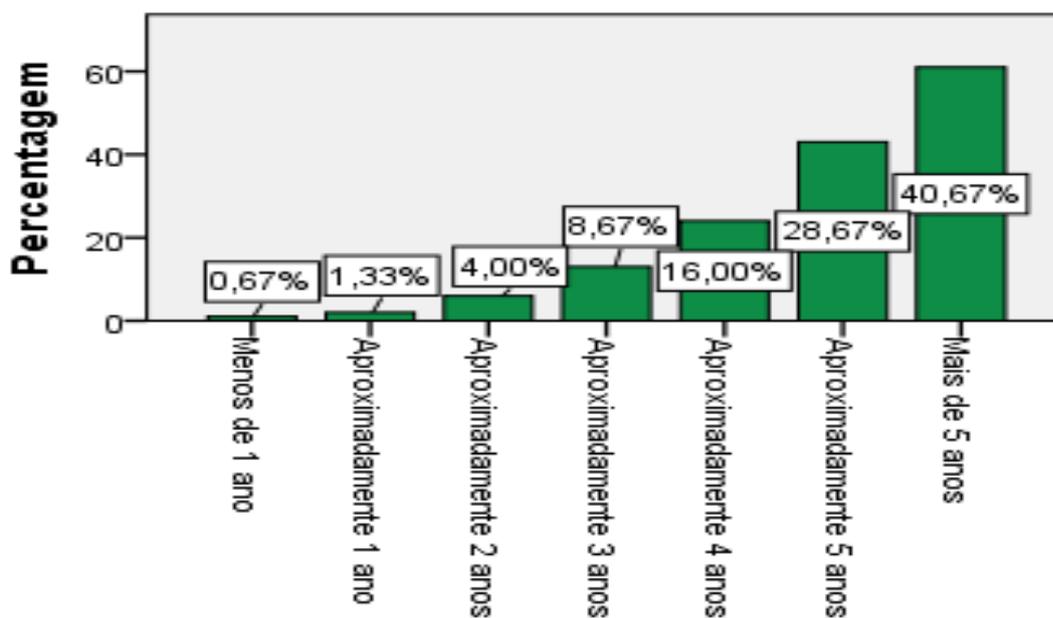


Gráfico 2 Tempo de registo no *Facebook*

Através da observação do gráfico 2, a maior percentagem relativamente ao tempo de registo no *Facebook*, é referente à resposta “Mais de 5 anos”, isto é, sessenta e um dos cento e cinquenta inquiridos já usa o *Facebook* há mais de cinco anos. Continuando a análise do gráfico de forma decrescente, a variável “Aproximadamente 5 anos” aparece na segunda posição, com uma percentagem de 28,7%, correspondendo a quarenta e três inquiridos, seguida pela “Aproximadamente 4 anos”, com uma percentagem de 16%, correspondendo a vinte e quatro pessoas. Posteriormente “Aproximadamente 3 anos”, com uma percentagem de 8,67%, significando que treze pessoas estão no *Facebook*, há cerca de três anos. Depois, com uma percentagem de 4% está a variável “Aproximadamente 2 anos”, o que corresponde a seis pessoas. Dois dos cento e cinquenta inquiridos registaram-se no *Facebook* há sensivelmente um ano, uma vez que a resposta “Aproximadamente 1 ano” obteve uma percentagem de 1,33%. Por fim, apenas um dos inquiridos está inscrito nesta rede social *online* há menos de um ano, uma vez que a variável “Menos de 1 ano” apenas conseguiu uma percentagem de 0,67%.

Número de Amigos	%
Não tenho registo	,7
Menos de 50	1,3
Entre 51 e 100	3,3
Entre 101 e 150	5,3
Entre 151 e 200	6,0
Entre 201 e 250	5,3
Entre 251 e 300	8,7
Entre 301 e 350	3,3
Entre 351 e 400	4,0
Entre 401 e 450	6,7
Entre 451 e 500	8,0
Entre 501 e 550	2,7
Entre 551 e 600	2,0
Entre 601 e 650	,7
Entre 651 e 700	5,3
Entre 701 e 750	4,0
Entre 751 e 800	1,3
Entre 801 e 850	2,7
Entre 851 e 900	2,7
Entre 901 e 950	2,0
Entre 951 e 1000	6,0
Mais de 1000	18,0
Total	100,0

Tabela 5 Número de Amigos no *Facebook*

Em confronto com a tabela 5 e o gráfico 1 é possível verificar uma incoerência aquando das respostas ao questionário. No gráfico 1 é verificável que todos os inquiridos estão inscritos no *Facebook*. No entanto, observando a tabela 5, onde estão as respostas acerca do número de amigos que cada inquirido tem no *Facebook*, é verificável que há uma percentagem de 0,7, correspondendo a uma pessoa que afirma não ter registo nesta rede social. Com a mesma percentagem está também a variável “Entre 601 e 650”. Analisando a tabela de forma crescente, seguidamente está a variável “Menos de 50”, com uma percentagem de 1,3%, o que significa que dois dos 150 inquiridos têm menos de cinquenta amigos *online*. Posteriormente encontram-se as variáveis: “Entre 551 e 600” e “Entre 901 e 950”, com uma percentagem de 2% cada, indicando que três dos inquiridos têm entre quinhentos e cinquenta e um e seiscentos amigos, e outros três têm entre novecentos e um e

novecentos e cinquenta. Logo a seguir emerge a percentagem de 2,7%, referente às variáveis “Entre 501 e 550”, “Entre 801 e 850” e “Entre 850 e 900”. Com esta percentagem, a conclusão é que cada uma destas variáveis totalizou quatro respostas. Depois surge a percentagem de 3,3%, nas variáveis “Entre 51 e 100” e “Entre 301 e 350”, significando que 5 pessoas responderam ter entre cinquenta e um e cem amigos e outras cinco entre os trezentos e um e os trezentos e cinquenta. Em seguida, surge a percentagem de 4%, que está relacionada com as variáveis “Entre 351 e 400” e “Entre 701 e 750”, significando que seis pessoas têm mais de trezentos e cinquenta e um amigos mas menos de quatrocentos e, outras seis têm setecentos e um ou mais mas menos de setecentos e cinquenta e um. Logo após estão as variáveis “Entre 101 e 150”, “Entre 201 e 250” e “Entre 651 e 700”, com uma percentagem associada de 5,3%. Esta percentagem traduz-se em oito pessoas para cada variável. As opções “Entre 151 e 200” e “Entre 951 e 1000” obtiveram um total de nove respostas cada, totalizando uma percentagem de 6%. A resposta “Entre 401 e 450” foi contestada por dez pessoas, obtendo uma percentagem de 6,7%, seguida da resposta “Entre 451 e 600”, que obteve uma percentagem de 8%, tendo totalizado doze respostas. Logo a seguir, com uma percentagem de 8,7%, está a variável “Entre 251 e 300”, significando assim que treze pessoas participantes neste estudo situam o seu número de amigos virtuais entre duzentos e cinquenta e um e trezentos. Por fim, surge a maior percentagem associada à resposta “Mais de 1000”, 18%, querendo dizer que vinte e sete respondentes têm um grande número de amigos na rede social de Mark Zuckerberg. A maioria dos inquiridos tem um registo ativo no *Facebook* há mais de 5 anos e tem mais de 1000 amigos nesta rede social.

3.2.2 REGISTO NO INSTAGRAM

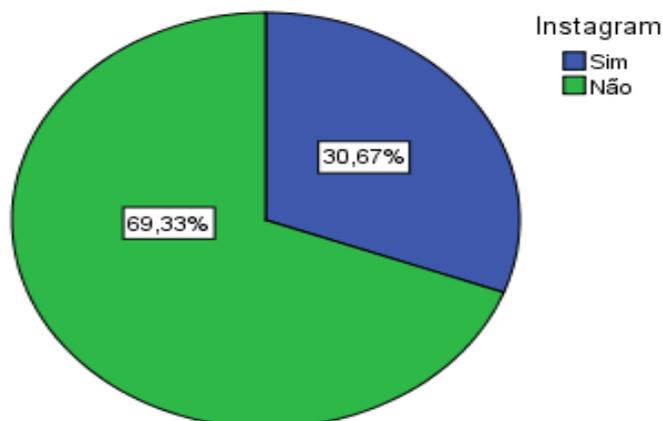


Gráfico 3 Registo no *Instagram*

De acordo com o gráfico 3, é verificável que apenas 30,67% dos inquiridos estão registados no *Instagram*, enquanto 69,33% afirma não estar registado nesta rede social *online*. Destes 30,67%, a variável que mais se destaca relativamente ao tempo de registo é a de “Aproximadamente 2 anos”, com uma percentagem de 16%. Tal pode ser comprovado no gráfico 4, abaixo disposto.

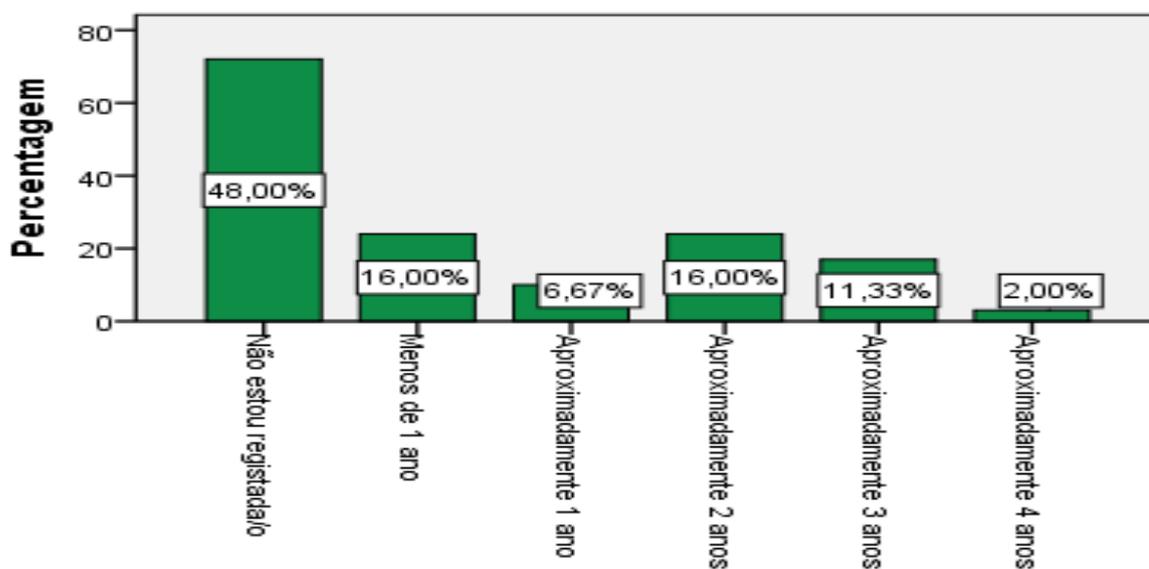


Gráfico 4 Tempo de registo no *Instagram*

Número de Seguidores	%
Não tenho registo	49,3
Menos de 50	11,3
Entre 51 e 100	8,0
Entre 101 e 150	6,7
Entre 151 e 200	5,3
Entre 201 e 250	2,0
Entre 251 e 300	4,0
Entre 301 e 350	2,7
Entre 351 e 400	2,7
Entre 401 e 450	1,3
Entre 451 e 500	1,3
Entre 501 e 550	1,3
Entre 551 e 600	,7
Entre 701 e 750	,7
Mais de 1000	2,7
Total	100,0

Tabela 6 Percentagem de Seguidores no *Instagram*

Idade	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Entre 16 – 20 anos	2	6,7	8,7
Entre 21 – 25 anos	16,7	31,3	48
Entre 26 – 30 anos	3,3	14	17,3
Entre 31 – 35 anos	4	6,7	10,7
Entre 36 – 40 anos	2	3,3	5,3
Entre 41 – 45 anos	1,3	5,3	6,9
Entre 46 – 50 anos	1,3	0	1,3
Entre 51 – 55 anos	0	1,3	1,3
Entre 66 – 70 anos	0	0,7	0,7
Total	30,7	69,3	100

Valor p 0.308

Tabela 7 Relação entre a idade da população estudada com o uso do *Instagram*

Gênero	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Feminino	18,7	51,3	70
Masculino	12	18	30
Total	30,7	69,3	100

Valor p: 0.078

Tabela 8 Relação entre o gênero da população estudada com o uso do *Instagram*

Profissão	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Advogada/o	0	2,7	2,7
Assistente Administrativo	0	2	2
Engenheira/o	0	3,3	3,3
Estudante	16	22,7	38,7
Funcionário Público	1,3	4	5,3
Operário Fabril	0	0,7	0,7
Professor/a	2,7	5,3	8
Secretária/o	0	1,3	1,3
Desempregada/o	4	9,3	13,3
Outra	6,7	18	24,7
Total	30	70	100

Valor-p 0,378

Tabela 9 Relação entre a profissão da população estudada com o uso do *Instagram*

Habilitações literárias	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
9ºano	0,7	2	2,7
12ºano	5,3	16	21,3
Licenciatura	18	34	52
Mestrado	4	16	20
Doutoramento	2,7	1,3	4
Total	30	70	100

Valor p – 0,173

Tabela 10 Relação entre as habilitações literárias da população estudada com o uso do *Instagram*

As tabelas 8, 9 e 10 sugerem que de todos os dados sociodemográficos recolhidos para esta amostra, apenas o género exerce influência, tendo um valor $p=0.078/ <0.10$. Todos os outros fatores não exercem qualquer influência.

3.2.3 REGISTO NO TWITTER

De acordo com o gráfico infra disposto, é possível afirmar que apenas 30% dos inquiridos têm um registo na rede social *online* de *microblogging* *Twitter*. No entanto, ao longo desta análise foram verificadas algumas incongruências por parte dos indivíduos. Em conformidade com o gráfico 5, é notório que 70% dos respondentes não tem um registo ativo no *Twitter*. No gráfico 6, onde é apresentado um gráfico relativo ao tempo de registo nesta rede social *online*, confirma-se uma percentagem de 69,33% de não inscritos. Na tabela 11, tabela onde está disposto o número de seguidores no *Twitter* da amostra do estudo, é verificável que 73,3% afirma não estar registado.

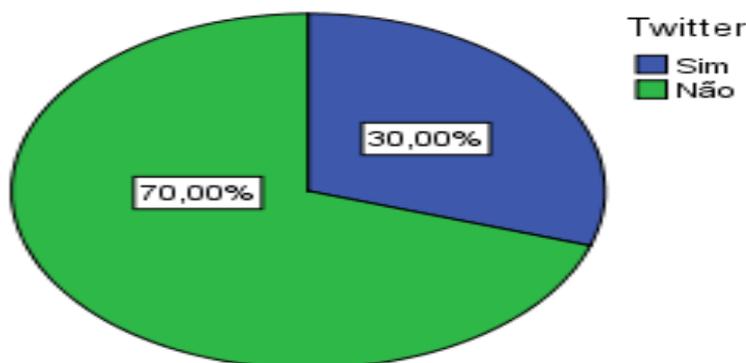


Gráfico 5 Percentagem de inscrições no *Twitter*

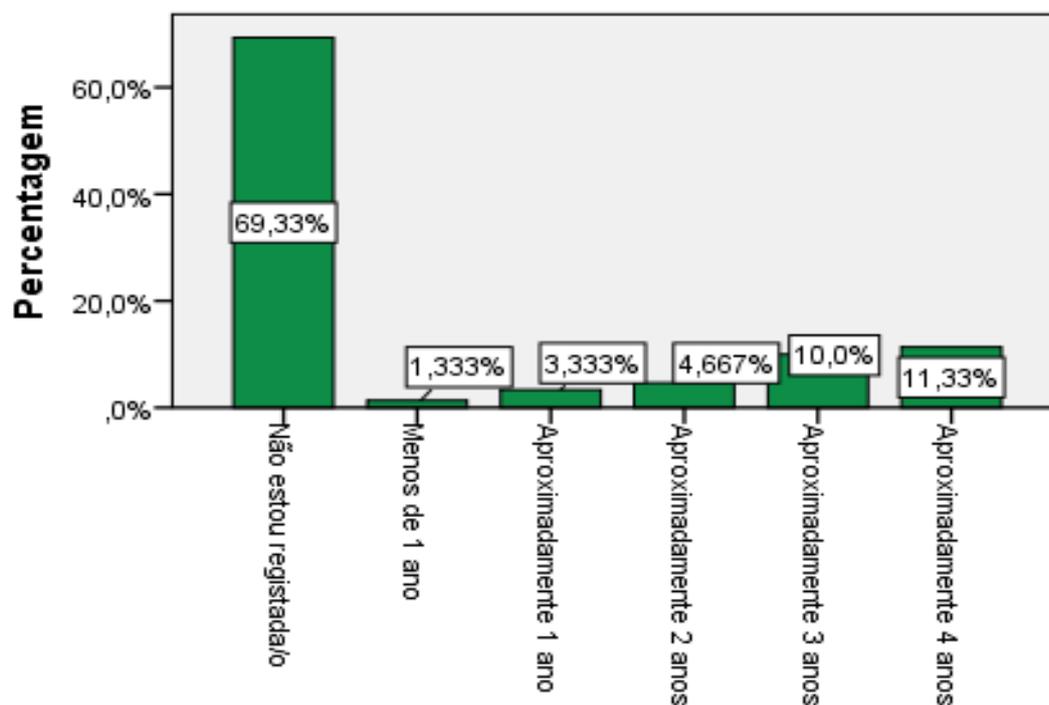


Gráfico 6 Tempo de registo no *Twitter*

	Percentagem
Não tenho registo	73,3
Menos de 50	12,7
Entre 51 e 100	3,3
Entre 101 e 150	2,7
Entre 151 e 200	0,7
Entre 251 e 300	2,7
Entre 301 e 350	2,0
Entre 451 e 500	1,3
Mais de 1000	1,3
Total	100,0

Tabela 11 Número de seguidores no *Twitter*

No entanto, é importante reter que o valor mais relevante relativamente ao número de seguidores é, “Menos de 50”, com uma percentagem de 12,7%.

As tabelas 12, 13, 14 e 15 abaixo dispostas, referem-se à relação entre os dados sociodemográficos da amostra recolhida com o uso do *Twitter*.

Idade	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Entre 16 – 20 anos	2	6,7	8,7
Entre 21 – 25 anos	15,3	32,7	48
Entre 26 – 30 anos	4	13,3	17,3
Entre 31 – 35 anos	4	6,7	10,7
Entre 36 – 40 anos	2	3,3	5,3
Entre 41 – 45 anos	1,3	5,3	6,9
Entre 46 – 50 anos	1,3	0	1,3
Entre 51 – 55 anos	0	1,3	1,3
Entre 66 – 70 anos	0	0,7	0,7
Total	30	70	100

Valor p 0.495

Tabela 12 Relação entre a idade e o uso do *Twitter*

Género	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Feminino	18	52	70
Masculino	12	18	30
Total	30	70	100

Valor p 0.080

Tabela 13 Relação entre o género e o uso do *Twitter*

Profissão	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
Advogada/o	0	2,7	2,7
Assistente Administrativo	0	2	2
Engenheira/o	0	3,3	3,3
Estudante	15,3	23,3	38,7
Funcionário Público	2	3,3	5,3
Operário Fabril	0	0,7	0,7
Professor/a	2,7	5,3	8
Secretária/o	0	1,3	1,3
Desempregada/o	3,3	10	13,3
Outra	6,7	18	24,7
Total	30	70	100

Valor p – 0,377

Tabela 14 Relação entre a profissão e o uso do *Twitter*

Habilitações literárias	Sim (%)	Não (%)	Total (%)
9ºano	0	2,7	2,7
12ºano	5,3	16	21,3
Licenciatura	18	34	52
Mestrado	4	16	20
Doutoramento	2,7	1,3	4
Total	30	70	100

Valor $p=0,086$

Tabela 15 Relação entre as habilitações literárias e o uso do *Twitter*

Com base nos dados das tabelas acima dispostas, apenas as variáveis “Género” e “Habilitações Literárias”, poderão eventualmente influenciar o registo dos utilizadores no *Twitter*, uma vez que valores p referentes a essas variáveis são inferiores a 0,1. Também é possível destacar que o género feminino e pessoas com um grau académico igual ou equivalente ao de licenciatura são quem mais aderiu a esta rede social, ambos conta uma percentagem de 18%.

3.3. ANÁLISE DA FREQUÊNCIA COM QUE OS INDIVÍDUOS RECORREM À INTERNET

Nesta secção serão apresentados vários gráficos com informações descritivas acerca da frequência com que os indivíduos recorrem à internet, o correspondente à segunda parte do questionário disponibilizado.

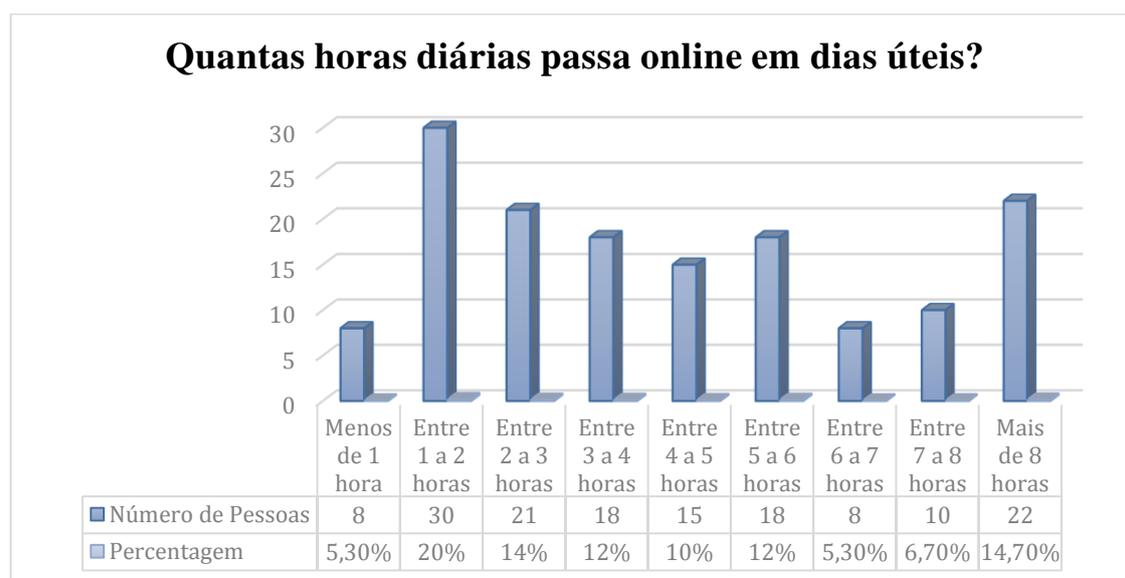


Gráfico 7 Número de horas passadas *online* em dias úteis

De acordo com o gráfico 7 é possível afirmar a maioria dos respondentes ao inquérito apenas passa entre uma a duas horas *online* em dias úteis. No entanto, a opção de resposta “Mais de 8 horas” obteve uma percentagem respostas igualmente alta, significando que há uma grande parte da população que depende mais do que um dia inteiro de trabalho *online*.

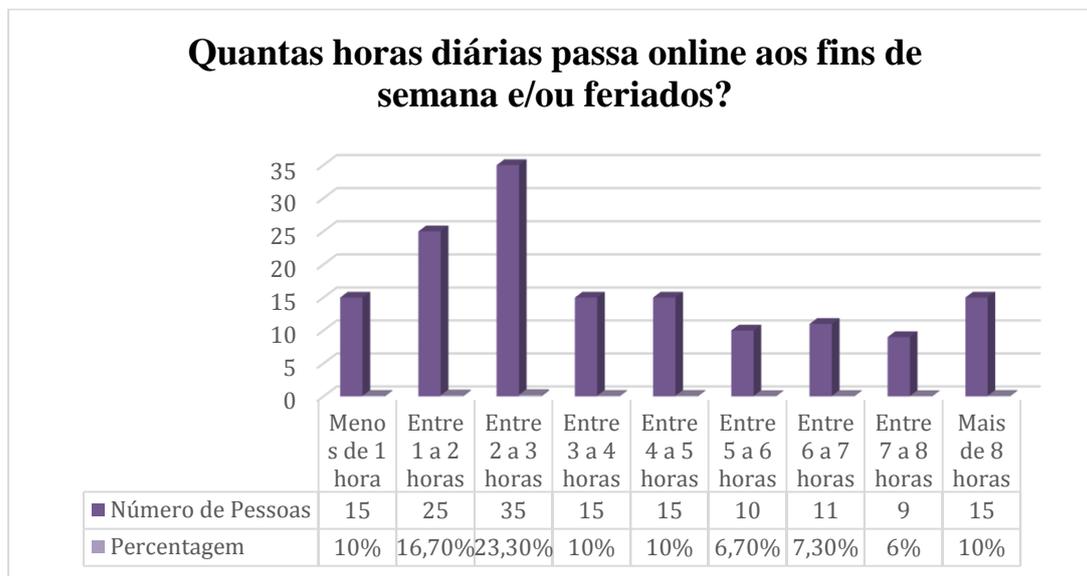


Gráfico 8 Número de horas passadas *online* em dias não úteis

O gráfico 8 ilustra o número de horas passadas *online* em dias não úteis. Curiosamente, os inquiridos referem passar menos horas *online* aos fins-de-semana e feriados do que em dias de semana. Muito provavelmente o tempo despendido semanalmente *online* é dedicado a questões profissionais e/ou académicas.

Quanto tempo despende diariamente, *online*, para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?

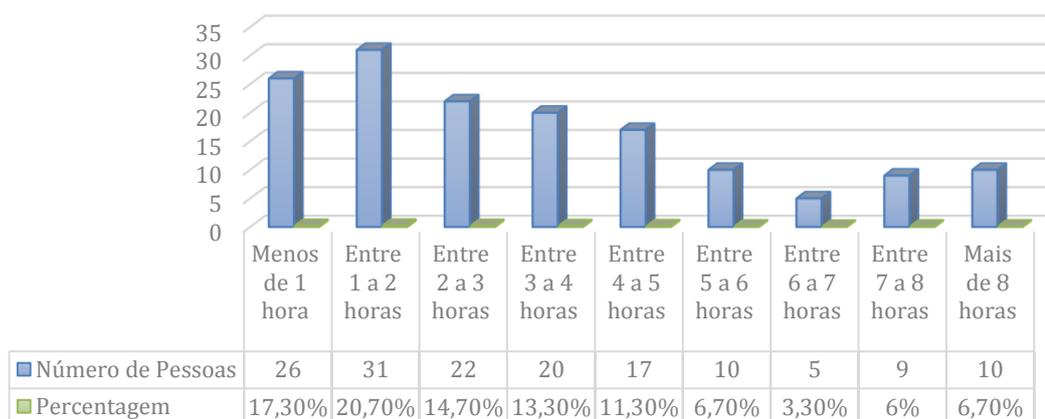


Gráfico 9 Número de horas passadas *online* com fins académicos e/ou profissionais

Através da observação do gráfico 9 é perceptível que a maioria dos inquiridos apenas despende entre uma a duas horas diárias com tarefas académicas e/ou profissionais, refutando assim a ideia, preconcebida pela observação dos gráficos 7 e 8, de que a maior parte do tempo despendido em dias úteis fosse para resolver tarefas de índole laboral.

Em média, quantos *emails* envia por dia?

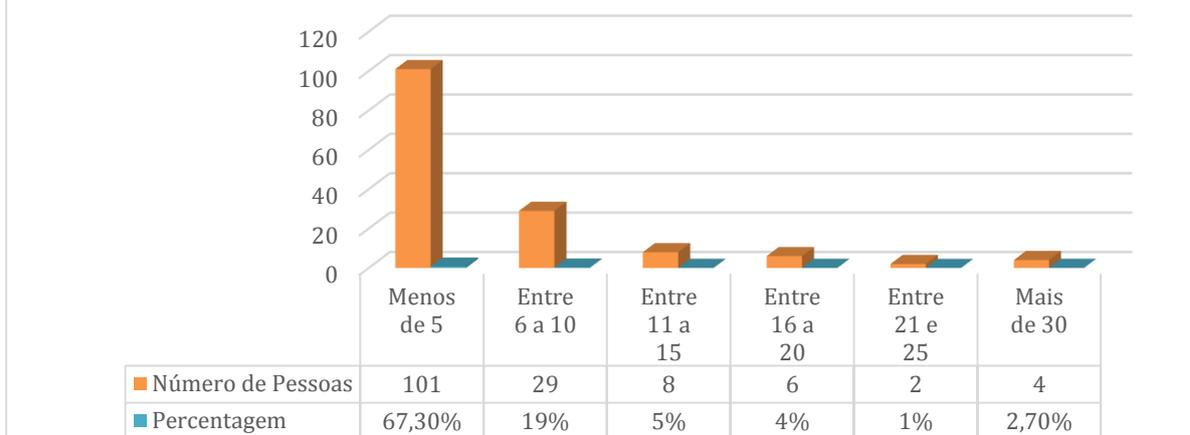


Gráfico 10 Número de *emails* enviados diariamente

Os dados do gráfico 10 sugerem que o número de *emails* enviados por dia é, nos dias que correm, muito diminuto. Quase 70% dos inquiridos refere enviar menos de cinco *emails* por dia, fazendo crer que as redes sociais *online* se sobrepõem a esta mais antiga forma de comunicação.

Em média, quantos *emails* recebe por dia?

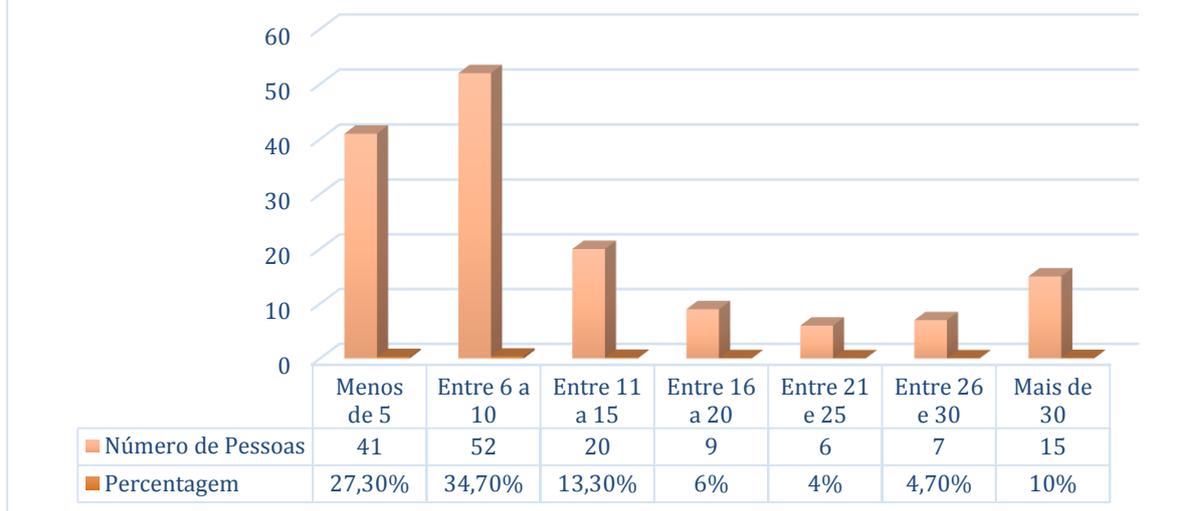


Gráfico 11 Número de *emails* recebidos por dia

Relativamente ao número de *emails* recebidos diariamente, a maior percentagem situa-se na resposta “Entre 6 a 10”, significando igualmente que não é um número muito elevado de mensagens

recebidas via correio eletrônico. Sendo que grande parte dos *emails* recebidos atualmente são de publicidade empresarial.

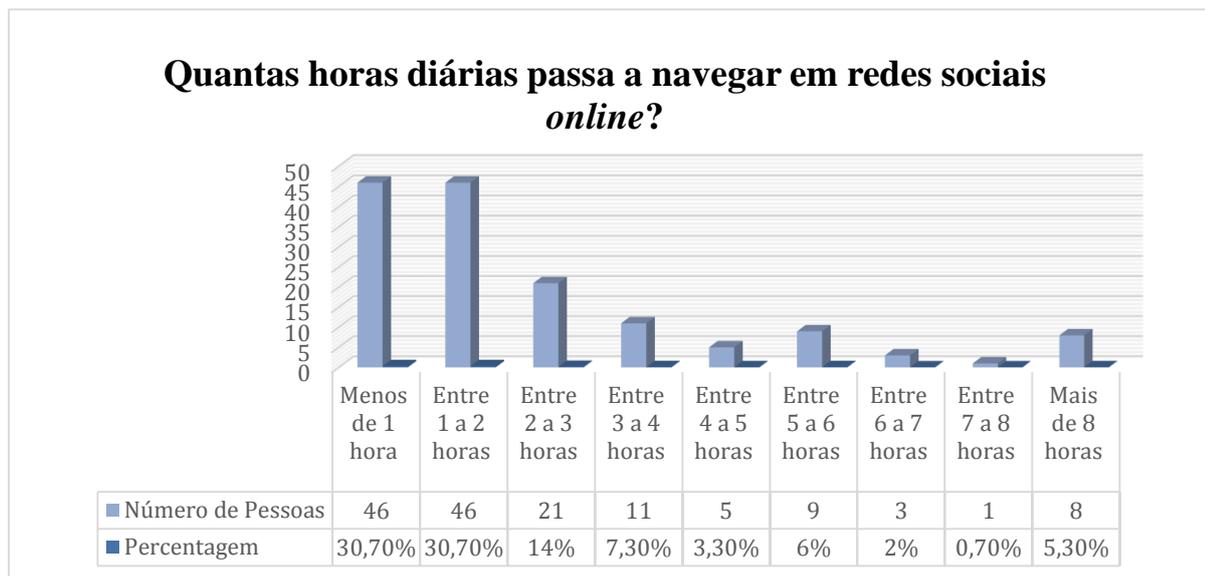


Gráfico 12 Número de horas diárias a navegar em redes sociais *online*

Os sujeitos inquiridos garantem, maioritariamente, navegar em redes sociais *online* até duas horas diárias. Os dados recolhidos vêm de encontro aos recolhidos relativamente à resposta à questão: “Indique qual a sua atividade *online* favorita?” (cf. Gráfico 20), cujos resultados apontam para a pesquisa de informação como atividade *online* favorita.

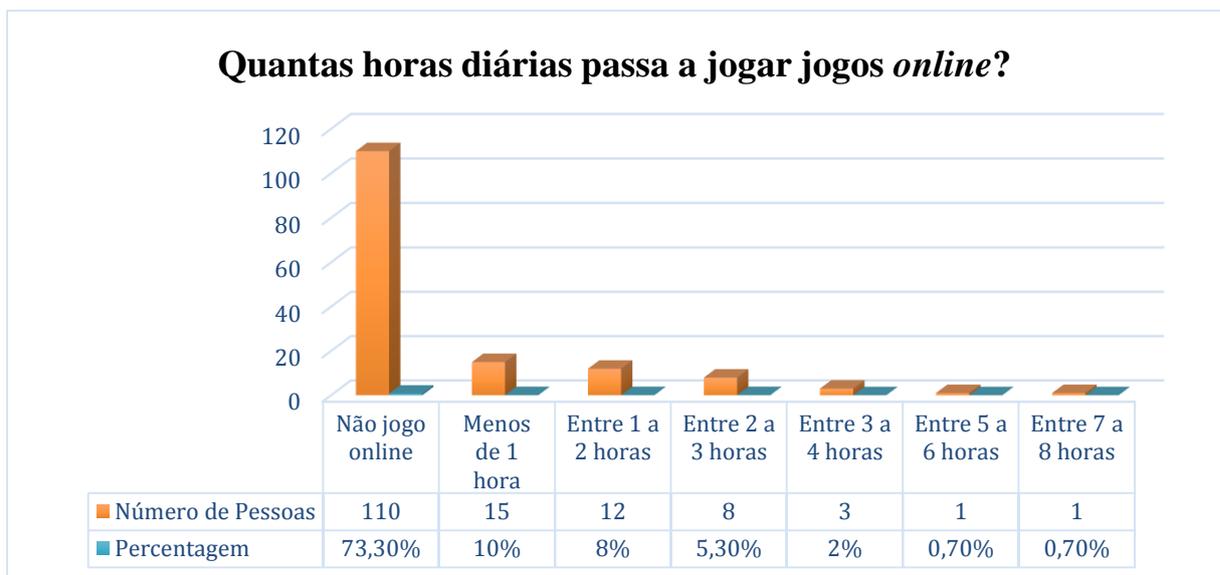


Gráfico 13 Número de horas diárias a jogar *online*

O gráfico 13 demonstra que a grande maioria dos inquiridos (73,3%) não tem por hábito jogar *online*. Curiosamente, há dois inquiridos que referem dispensar mais de cinco horas diárias neste tipo de atividade no ciberespaço, mostrando que há quem despenda o equivalente a um dia laboral neste tipo de ação, considerada por muitos, ociosa.

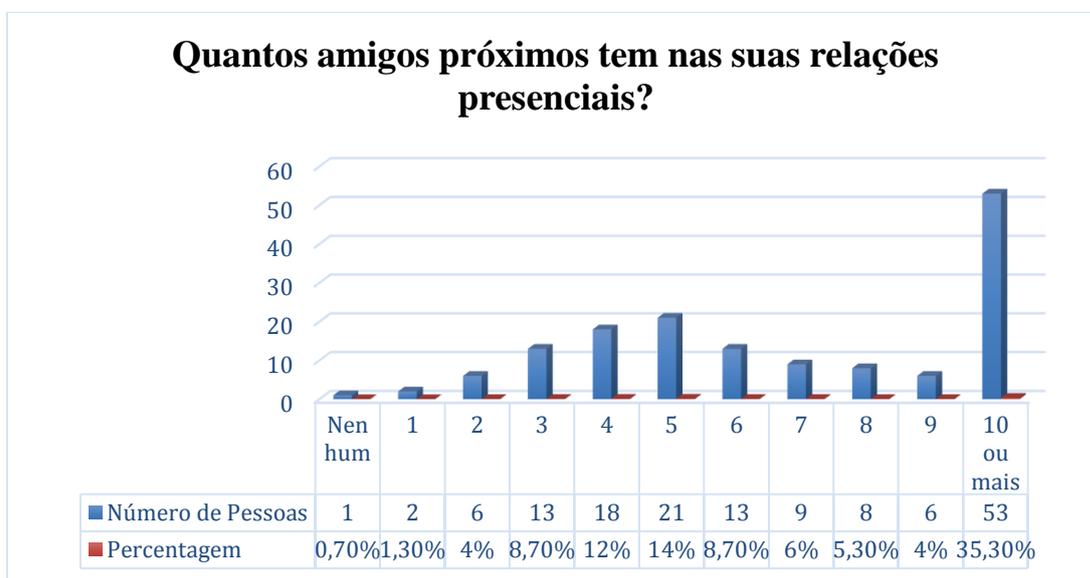


Gráfico 14 Número de amigos próximos nas relações presenciais

Dados do gráfico 14 sugerem que a maioria dos inquiridos considera ter muitos amigos nas suas relações presenciais.

Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, comunica regularmente *online*?

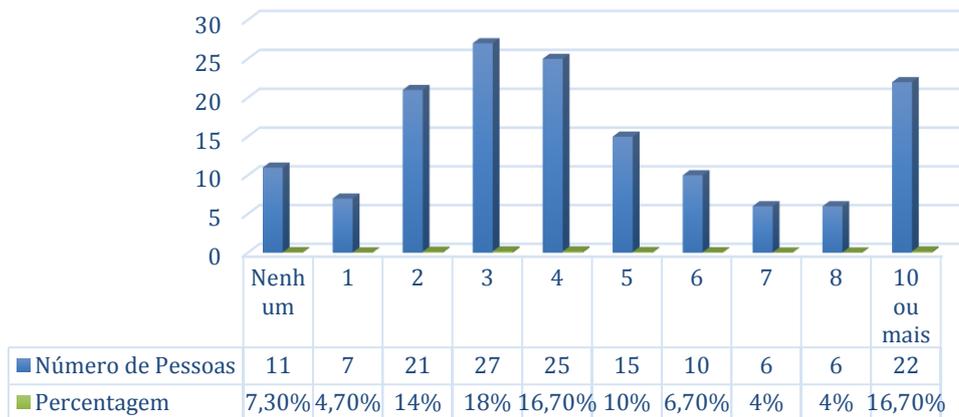


Gráfico 15 Número de comunicações regulares *online* com amigos próximos

Relativamente às comunicações via internet com amigos próximos, as percentagens maiores situam-se nos dois, três, quatro e dez ou mais. Os dados do gráfico 14 sugerem que os indivíduos consideram ter dez ou mais amigos próximos nas suas relações presenciais, mas é possível concluir que não realizam comunicações mediadas pela internet com todas as pessoas que consideram amigas íntimas.

Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, se encontra regularmente para conversar de forma presencial?

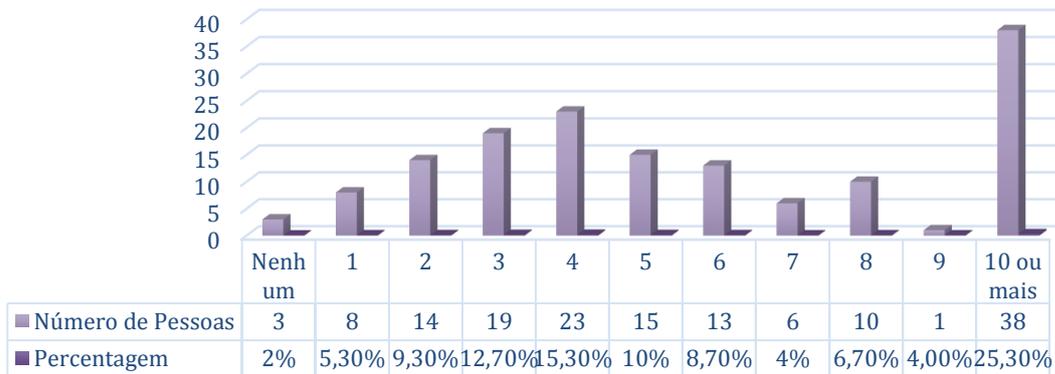


Gráfico 16 Número de encontros presenciais com amigos próximos

Os resultados do gráfico 16 vêm confirmar a conclusão feita pela observação do gráfico 15, isto é, os respondentes garantem preferir encontrar-se presencialmente com os seus amigos próximos, ao invés de comunicar via internet.

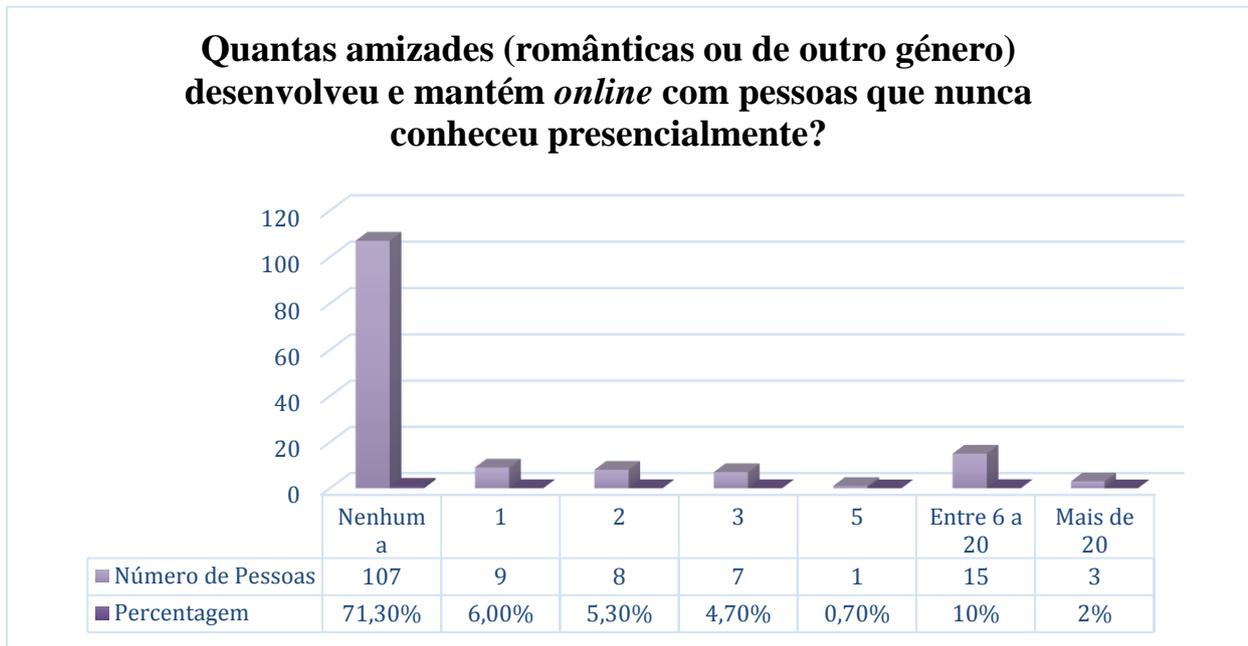


Gráfico 17 Número de amizades desenvolvidas *online*

Quantas amigas (românticas ou de outro gênero) iniciou *online*, com as quais posteriormente teve encontros presenciais?

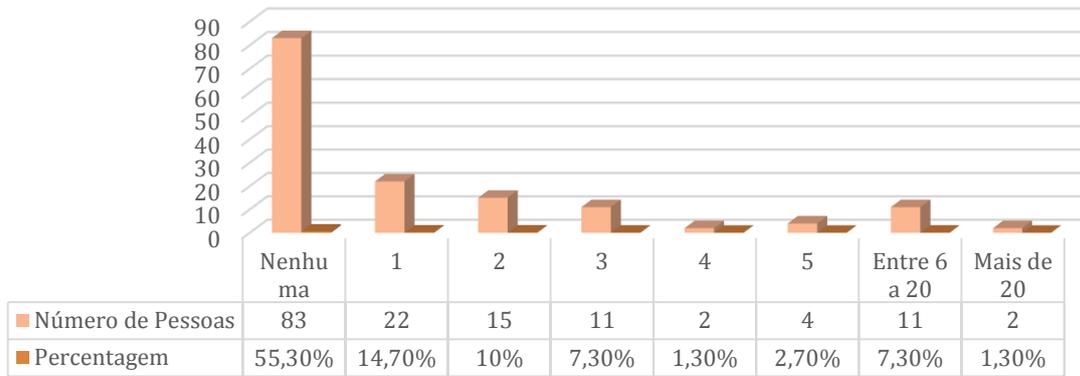


Gráfico 18 Número de amigas desenvolvidas *online* que posteriormente resultaram em encontros presenciais

Os gráficos 17 e 18 revelam que os indivíduos inquiridos não têm por hábito desenvolver amizades *online*. No entanto há resultados interessantes que merecem ser referidos. O número de amizades desenvolvidas *online* com pessoas que nunca foram conhecidas é particularmente chamativo, uma vez que a segunda maior porcentagem de respostas a esta questão se verificou na opção: “Entre 6 a 20”.

Para as relações desenvolvidas *online* que resultaram em encontros presenciais, a segunda maior porcentagem surge na opção: “1”.

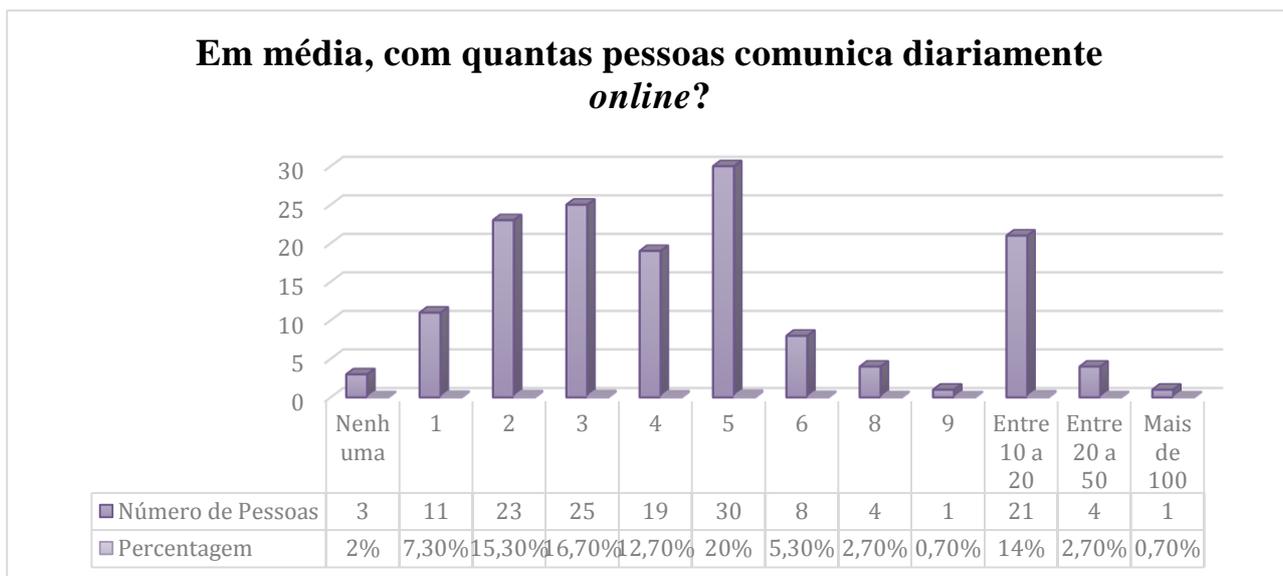


Gráfico 19 Média das comunicações diárias *online*

A observação do gráfico 19 sugere que os inquiridos comunicam muito *online* diariamente. Sendo que as maiores percentagens de respostas correspondem às opções: “5”, “3”, “2” e “Entre 10 a 20”, respetivamente.

3.4 RELAÇÃO ENTRE O REGISTO NAS REDES SOCIAIS E A FREQUÊNCIA *ONLINE* DOS INDIVÍDUOS

Após uma análise mais detalhada ao perfil que os inquiridos mantêm nas diferentes redes sociais abordadas foi feita uma relação entre o registo nas redes sociais e a frequência diária com que os indivíduos recorrem à internet para comunicar.

Iniciando pelo *Facebook*, os resultados dessa relação estão dispostos ao longo da tabela 6, disponível abaixo. Para chegar aos resultados apresentados na tabela 6 foi calculada a média de cada uma das doze variáveis em estudo, tendo em conta os resultados expostos entre os gráficos 7 e 19.

	R	Valor-p
Quantas horas diárias passa <i>online</i> em dias úteis?	.296**	.000
Quantas horas diárias passa <i>online</i> aos fins-de-semana e/ou feriados?	.279**	.001

Quanto tempo despende diariamente, <i>online</i> , para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?	.103	.103
Em média, quantos <i>emails</i> envia por dia?	.096	.249
Em média, quantos <i>emails</i> recebe por dia?	.049	.553
Quantas horas diárias passa navegar em redes sociais <i>online</i> ?	.105	.202
Quantas horas diárias passa a jogar jogos <i>online</i> ?	.241**	.003
Quantos amigos próximos tem nas suas relações presenciais?	.087	.287
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, comunica regularmente <i>online</i> ?	.175*	.032
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, se encontra regularmente para conversar de forma presencial?	.157	.055
Quantas amigas (românticas ou de outro género) iniciou <i>online</i> , com as quais posteriormente teve encontros presenciais?	.178*	.029
Em média, com quantas pessoas comunica diariamente <i>online</i> ?	.104	.207

**p < .01 * p<.05

Tabela 16 Relação entre o tempo que está registado no *Facebook* com a frequência com que recorrem à Internet

Na análise supra apresentada foi possível verificar que há três variáveis que se relacionam positivamente e de forma mais relevante com o registo no *Facebook*. Como resultado da pesquisa surgiu a variável “Quantas horas diárias passa *online* em dias úteis?” com um valor $r=0.296$. Seguidamente, com um valor $r=0.279$, aparece a variável “Quantas horas diárias passa *online* aos fins-de-semana e/ou feriados?”. Por fim, a variável “Quantas horas diárias passa a jogar jogos *online*” com um $r=0.241$. Com isto é querido apresentar que há uma correlação, embora fraca, uma vez que

o valor r neste caso ainda se encontra longe de 1. No entanto, estas são as variáveis que mais estão relacionadas com o tempo de registo no *Facebook*. Estas conclusões são verificáveis tanto para 5% como para 1%. Outra variável que é necessário salientar, uma vez que apresenta um valor $r=0.178$ é: “Quantas amigas (românticas ou de outro género) iniciou *online* com as quais posteriormente teve encontros presenciais?”. Esta é também influenciada positivamente pelo tempo de registo no *Facebook*.

	R	Valor p
Quantas horas diárias passa <i>online</i> em dias úteis?	.187*	.022
Quantas horas diárias passa <i>online</i> aos fins-de-semana e/ou feriados?	.200*	.014
Quanto tempo depende diariamente, <i>online</i>, para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?	.152	.064
Em média, quantos <i>emails</i> envia por dia?	.017	.834
Em média, quantos <i>emails</i> recebe por dia?	.0161*	.049
Quantas horas diárias passa navegar em redes sociais <i>online</i>?	.264**	.001
Quantas horas diárias passa a jogar jogos <i>online</i>?	-.084	.307
Quantos amigos próximos tem nas suas relações presenciais?	.082	.321
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, comunica regularmente <i>online</i>?	.197*	.015
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, se encontra regularmente para conversar de forma presencial?	.088	.286
Quantas amigas (românticas ou de outro género) desenvolveu e mantém <i>online</i> com pessoas	.049	.549

que nunca conheceu presencialmente?		
Quantas amizades (românticas ou de outro género) iniciou <i>online</i> , com as quais posteriormente teve encontros presenciais?	.035	.674
Em média, com quantas pessoas comunica diariamente <i>online</i> ?	.300**	.000

**p < .01 * p<.05

Tabela 17 Relação entre o tempo que está registado no *Instagram* com a frequência com que recorrem à internet para comunicar

Com a realização da análise disponível na tabela 7 é possível verificar que as variáveis com influência mais positiva com o “Tempo de registo no *Instagram*”, com $r=.300$, $r=.264$, $r=0.200$, são: “Com quantas pessoas comunica diariamente *online*”, as “Horas que passa *online* aos fins-de-semana e/ou feriados” e “Horas diárias que navega em redes sociais *online*”. O que realmente tem influência é o tempo em que a pessoa está *online* nas redes sociais. Estas conclusões verificam-se tanto para um nível de significância de 5% como 1%.

	R	Valor p
Quantas horas diárias passa <i>online</i> em dias úteis?	.403**	.000
Quantas horas diárias passa <i>online</i> aos fins-de-semana e/ou feriados?	.252**	.002
Quanto tempo depende diariamente, <i>online</i> , para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?	.270**	.001
Em média, quantos <i>emails</i> envia por dia?	.087	.292
Em média, quantos <i>emails</i> recebe por dia?	.263**	.001
Quantas horas diárias passa a navegar em redes sociais <i>online</i> ?	.174*	.033
Quantas horas diárias passa a jogar jogos <i>online</i> ?	.057	.486
Quantos amigos próximos tem nas suas relações presenciais?	-.060	.466
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas	-.085	.132

relações presenciais, comunica regularmente <i>online</i> ?		
Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, se encontra regularmente para conversar de forma presencial?	-.114	.164
Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu e mantém <i>online</i> com pessoas que nunca conheceu presencialmente?	.167*	.042
Quantas amizades (românticas ou de outro género) iniciou <i>online</i> , com as quais posteriormente teve encontros presenciais?	.174	.033
Em média, com quantas pessoas comunica diariamente <i>online</i> ?	.142	.084

**p < .01 * p<.05

Tabela 18 Relação entre o tempo de registo no *Twitter* com a frequência com que os indivíduos recorrem à internet para comunicar e as atividades que realizam

Como resultado desta análise é possível verificar que as variáveis estão mais influenciadas com o tempo de registo no *Twitter*, são: “Quantas horas passa *online* em dias úteis” com um valor de $r=.403$, logo a seguir está a variável: “Quanto tempo despense diariamente, *online*, para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?”, com um valor $r=.270$, O valor $r=0.263$ corresponde à variável: “Em média, quantos *emails* recebe por dia?”. Com um valor $r=0.252$, a variável: “Quantas horas passa *online* aos fins-de-semana e/ou feriados?”. Com isto é possível conferir que o tempo de registo no *Twitter* está relacionado com as horas de comunicação diária *online*, tanto em dias úteis como não úteis, bem como quem utiliza a internet para realizar tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou laborais.

3.5 ANÁLISE DAS ATIVIDADES *ONLINE* DOS INQUIRIDOS E PERFIL DO UTILIZADOR

	Média	Desvio
<i>Email</i>	3,24	1,748

Redes Sociais	4,35	1,703
Fóruns de discussão	1,55	1,015
Jogos <i>Online</i>	1,63	1,256
Assistir a vídeos	3,03	1,472
Assistir a Filmes	2,91	1,675
Conversar	2,05	1,241
Troca de Mensagens	3,21	2,001
Ler <i>online</i>	1,5	1,028

*1=não utilizo; 2= Menos de meia hora; 3=aproximadamente 1 h; 4=entre 1 a 2 horas; 5=entre 2 a 4 horas;6=entre 4 a 6 horas,7 =entre 6 a 8 horas;8=mais de 8 horas;

Tabela 19 Tempo despendido *online* por dia em diferentes atividades

Os dados revelados pela figura 34, supra referida, sugerem-nos que o espaço *online* em que as pessoas mais despendem o seu tempo online é em redes sociais: (M= 4,35), sendo que o valor obtido na tabela corresponde a “aproximadamente 2 horas” diárias. “Troca de mensagens” é a segunda atividade predileta dos inquiridos, com uma média de 3,21 (M= 3,21), seguida pela variável “assistir a vídeos”, cujo valor corresponde “aproximadamente 1 hora” diária. Por sua vez, os “Fóruns de discussão” e “Ler *online*” ocupam os valores mais baixos, isto é, os utilizadores usam estas ferramentas “menos de meia hora” por dia, ou simplesmente não utilizam.

Depois de uma análise ao tempo despendido diariamente em diferentes atividades *online*, interessa agora conhecer quais são as atividades favoritas da amostra registada. Com o auxílio do gráfico disponível na figura 35, é admissível afirmar que as atividades *online* favoritas das pessoas são: “Pesquisar Informação” e “Assistir a filmes e séries de TV” *online*, com uma percentagem de 26,17% e 25% respetivamente.

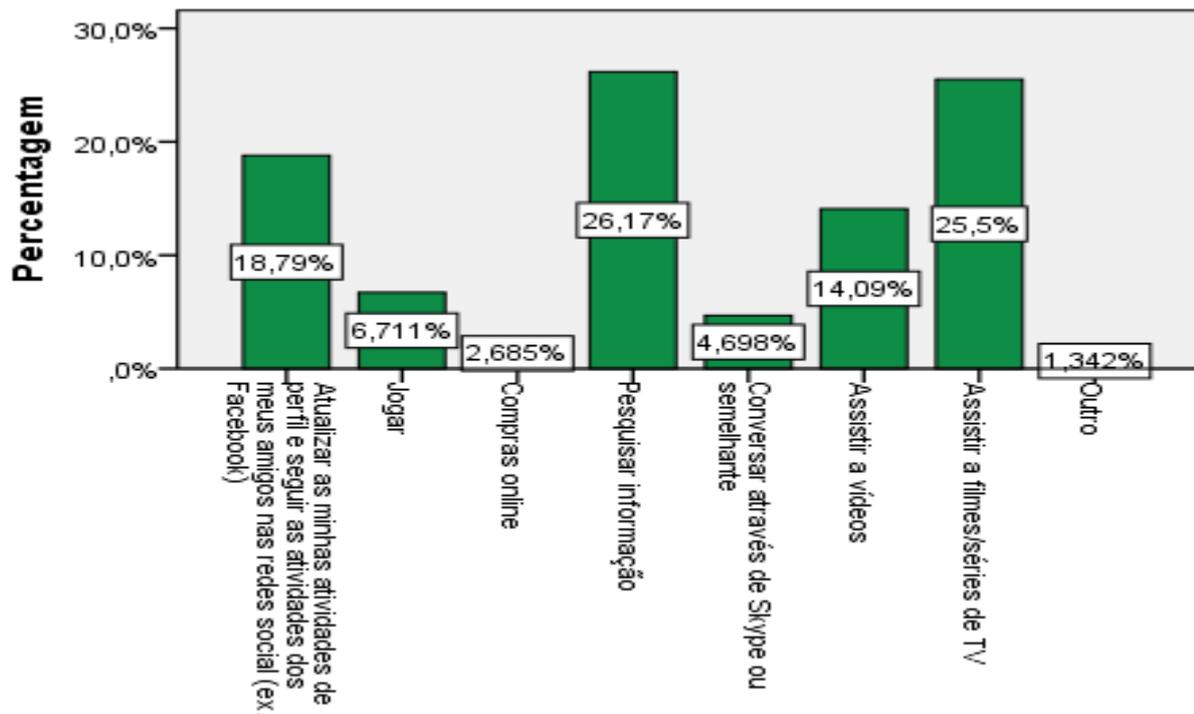


Gráfico 20 Atividades *Online* favoritas dos inquiridos

A média de realização da atividade *online* favorita situa-se na variável “entre 2 a 4 anos”, cuja média corresponde a $M=3,49$, com um desvio padrão de $S=0,849$. Havendo um desvio padrão com um valor relativamente baixo, os dados tendem a estar próximos da média. As atividades favoritas são realizadas já há entre 2 a 4 anos (e) em que semanalmente pelos menos 5 dias por semana ($M=1.87$ e $S=1,208$, 1-todos os dias e o 2 pelo menos 5 dias por semana). Pelo gráfico verificamos que 34,67% da população tem bons conhecimentos informáticos e mais de metade tem suficientes (56,33%).

3.6. NÍVEL DE CONHECIMENTOS INFORMÁTICOS E ATIVIDADES ONLINE FAVORITAS

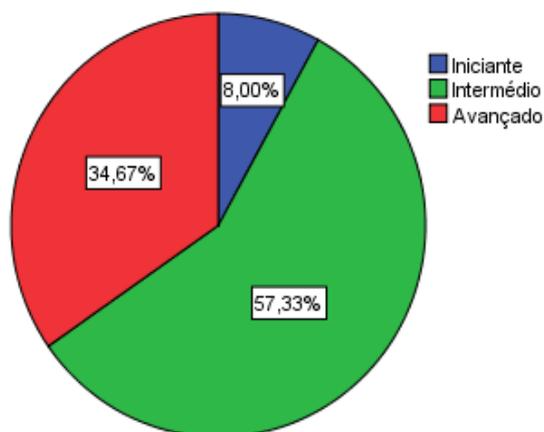


Gráfico 21 Nível de conhecimentos informáticos dos inquiridos

Conhecido o nível de conhecimentos informáticos dos inquiridos, onde a maioria dos participantes afirma ter um conhecimento intermédio de tecnologias informáticas, resta saber se as aptidões informáticas exercem qualquer tipo de influência na escolha da atividade *online* favorita.

Atividade Favorita/Nível de Conhecimentos	Iniciante (%)	Intermédio (%)	Avançado (%)	Total (%)
Atualizar perfil e seguir atividades dos amigos	1,3	10,1	7,4	18,8
Jogo	2	0,7	4	6,7
Compras <i>online</i>	0	1,35	1,35	2,7
Pesquisar informação	1,2	18,05	6,7	25,95
Conversar	0	2,7	2	4,7
Assistir a vídeos	0	8,7	5,45	14,15
Assistir a filmes/séries Tv	2,7	14,8	8,1	25,6
Outro	0,7	0,7	0	1,4
Total	8	57	35	100

Valor $p=0.061$

Tabela 20 Relação entre o nível de conhecimentos informáticos e a atividade *online* favorita

De acordo com os dados da tabela anterior é verificável uma relação entre a atividade favorita online e o nível de conhecimentos informáticos, visto que o valor $p=0,061 < 0,10$. Para os respondentes que

afirmam ter um nível de conhecimentos informáticos intermédio, a percentagem de 18,05 é a mais elevada e refere-se à variável “pesquisa de informação”, sendo seguida pela variável: “Assistir filmes/séries de Tv” com uma percentagem de 14,8%.

3.7 ESCALA DE AUTOCONSCIÊNCIA E SUBESCALA DE ANSIEDADE SOCIAL E SOLIDÃO SOCIAL E EMOCIONAL DOS INDIVÍDUOS

	Média	Desvio
Supero facilmente a minha timidez em situações estranhas.	2,58	1,337
Sinto-me desconfortável quando estou a ser observada/o.	2,40	1,442
Sinto-me embaraçada/o muito facilmente.	4,15	1,021
Não considero que falar com estranhos seja uma tarefa complicada.	2,33	1,645
Sinto-me ansiosa/o quando falo em frente a grupos.	4,09	1,749
Grupos grandes fazem-me sentir nervosa/o.	4,25	1,111
Há pessoas com quem posso contar para ter companhia.	4,24	1,047
Não tenho uma relação específica na qual me sinta compreendida/o.	2,75	2,037
Eu sou uma parte importante no bem-estar emocional de outra pessoa.	4,20	1,21
Não tenho uma relação amorosa especial.	3,41	1,241

*1=nunca; 2= raramente; 3=às vezes; 4=frequentemente; 5=Muito Frequentemente;6=Não se aplica a mim e 7 =Não respondo

Tabela 21 Análise das questões mais relevantes da escala de autoconsciência e subescala de ansiedade social e solidão social e emocional dos indivíduos

De acordo com a figura anterior, é possível verificar que relativamente ao contacto das pessoas em relações sociais, as variáveis com a média mais elevada são: “Sinto-me embaraçada/o facilmente”,

com um valor de $M=4.15$, “Sinto-me ansiosa/o quando falo em frente a grupos grandes” com um valor de $M=4.09$, “Grupos grandes fazem-me sentir nervosa/o” com uma média de $M=4.25$, “Há boas pessoas com quem posso contar para ter companhia”, cujo valor da média corresponde a $M=4,24$, e “Sou uma parte importante no bem-estar emocional de outra pessoa com um valor de $M=4,20$. Assim, é plausível comprovar que quando as relações se dão publicamente em grandes grupos, os sentimentos de desconforto, nervosismo e ansiedade são enaltecidos.

	Média	Desvio
Supero facilmente a minha timidez em situações estranhas.	3,50	1,098
Sinto-me desconfortável quando estou a ser observada/o.	2,89	1,078
Sinto-me embaraçada/o muito facilmente.	3,39	1,192
Não considero que falar com estranhos seja uma tarefa complicada.	3,37	1,388
Sinto-me ansiosa/o quando falo em frente a grupos.	3,21	1,162
Grupos grandes fazem-me sentir nervosa/o.	3,10	1,278

*1=nunca; 2= raramente; 3=às vezes; 4=frequentemente; 5=Muito Frequentemente;6=Não se aplica a mim e 7 =Não respondo

Tabela 22 Análise da escala de autoconsciência e subescala de ansiedade social

De acordo com a tabela anterior, o valor que mais se destaca é o relativo à superação da timidez em situações estranhas com um valor $M=3,50$. No entanto, a variável “Sinto-me embaraçada/o muito facilmente” ocupa a segunda posição com um valor $M=3,39$.

3.8 ESCALA DE REDES DE COMUNICAÇÃO *ONLINE* E *OFFLINE*

	Média	Desvio
Quando tenho um problema, contacto frequentemente com os meus amigos <i>online</i> .	2,91	1,395
Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas.	2,82	1,447
Descrevo-me como uma pessoa comum.	3,73	1,226
Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem.	3,24	1,374
Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo.	2,87	1,251
Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o.	2,63	1,392
Inicio mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet.	2,51	1,813
Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar.	2,77	1,472
A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas.	2,69	1,568
A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável.	2,88	1,545
A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente.	4,17	1,217
Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.	3,41	1,142

*1=nunca; 2= raramente; 3=às vezes; 4=frequentemente; 5=Muito Frequentemente;6=Não se aplica a mim e 7 =Não respondo

Tabela 23 Análise da escala de redes de comunicação *online* e *offline*

De acordo com a figura anterior, é possível verificar que a internet ajuda a manter os cidadãos integrados socialmente, uma vez que o valor da média nesta resposta é de $M=4,17$. Por outro lado, os mesmos inquiridos também garantem que gostam de ter muitos amigos com quem se encontram regularmente, e de forma presencial, para conversar ($M=3,41$).

	Escala de Solidão Social e Emocional		Escala de Redes de Comunicação <i>Online</i> e <i>Offline</i>	
Escala de Solidão Social e Emocional	Correlação de Pearson	1	Correlação de Pearson	,556**
	Sig. (2 extremidades)		Sig. (2 extremidades)	,000
	N	150	N	150
Escala de Redes de Comunicação <i>Online</i> e <i>Offline</i>	Correlação de Pearson	,556**	Correlação de Pearson	1
	Sig. (2 extremidades)	,000	Sig. (2 extremidades)	
	N	150	N	150

** . A correlação é significativa no nível 0,01 (2 extremidades).

Tabela 24 Correlação entre as variáveis “Escala de Solidão Social e Emocional” e “Escala de Redes de Comunicação *Online* e *Offline*”

A correlação entre as variáveis “Escala de solidão social e emocional” e “Escala de Redes de Comunicação *Online* e *Offline*” é positiva, isto é, a “Escala de Solidão Social e Emocional” é influenciada pela “Escala de Redes de Comunicação *Online* e *Offline*”.

Estas variáveis estão correlacionadas (valor- $p < 0.01$) numa forma positiva moderada, pois a correlação é 0.556, o que significa que quanto maior é a escala de solidão maior é a escala de redes sociais de comunicação, isto é, aumenta a procura pelas redes sociais de comunicação.

A correlação entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Quantos Amigos próximos tem nas suas relações presenciais” é fortemente positiva, uma vez que o valor (valor- $p = 0 < 0.01$) e o coeficiente da correlação está muito próximo de 1: (0.780) significando que com quantos mais amigos próximos as pessoas se encontram, mais esses amigos se tornam próximos nas suas relações presenciais.

			Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente	Amizades desenvolvidas <i>online</i> que resultaram em encontros presenciais
Spearman	Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente	Coeficiente de Correlação	1,000	,199*
		Sig. (2 extremidades)	.	,015
		N	150	150
	Amizades desenvolvidas <i>online</i> que resultaram em encontros presenciais	Coeficiente de Correlação	,199*	1,000
		Sig. (2 extremidades)	,015	.
		N	150	150

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Tabela 25 Correlação entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas *online* que resultaram em encontros presenciais”

A correlação entre as duas variáveis é positiva. No entanto não é uma correlação fraca, uma vez que o valor do coeficiente ainda está longe de 1, (0,199). Contudo, o facto de ser positiva significa que quanto mais amizades são desenvolvidas *online* se transformam em encontros presenciais, maior é o encontro com os amigos próximos das relações presenciais.

	Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente		Amizades desenvolvidas <i>online</i> com pessoas que não conheceu presencialmente	
Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente	Coeficiente de Correlação	1,000	Coeficiente de Correlação	,174*
	Sig. (2 extremidades)	.	Sig. (2 extremidades)	,033
	N	150	N	150
Amizades desenvolvidas <i>online</i> com pessoas que não conheceu presencialmente	Coeficiente de Correlação	,174*	Coeficiente de Correlação	1,000
	Sig. (2 extremidades)	,033	Sig. (2 extremidades)	.
	N	150	N	150

*. A correlação é significativa no nível 0,05 (2 extremidades).

Tabela 26 Correlação de *Spearman* entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas *online* com pessoas que não conheceu presencialmente”

As variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas online com pessoas que não conheceu presencialmente” estão correlacionadas (valor- $p < 0.01$) numa forma positiva fraca, uma vez que o coeficiente da correlação é 0.174. Isto significa que quantas mais amizades são desenvolvidas online e que posteriormente resultam em encontros presenciais, continua a haver encontros presenciais com amigos próximos regularmente.

	Nº de Horas em redes sociais <i>online</i> em dias úteis		Escala de solidão	
Nº de Horas em redes sociais <i>online</i> em dias úteis	Coeficiente de Correlação	1,000	Coeficiente de Correlação	,076
	Sig. (2 extremidades)	.	Sig. (2 extremidades)	,357
	N	150	N	150
Escala de solidão	Coeficiente de Correlação	,076	Coeficiente de Correlação	1,000
	Sig. (2 extremidades)	,357	Sig. (2 extremidades)	.
	N	150	N	150

Tabela 27 Correlação de Spearman entre as variáveis “Com quantos dos seus amigos próximos se encontra regularmente” e “Amizades desenvolvidas *online* com pessoas que não conheceu presencialmente”

As variáveis “Nº de horas em redes sociais *online*” e “Escala de Solidão Social e Emocional” não estão correlacionadas, significando que estar muitas horas *online* em dias úteis não vai influenciar a “Escala de solidão Social e Emocional”.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Tendo como ponto de partida a questão de investigação: “Qual a percepção que os sujeitos *online* têm das implicações do uso das redes sociais nas suas relações de proximidade?”, foram recolhidas algumas respostas que merecem ser expostas. Quando os inquiridos foram questionados relativamente às alterações ocorridas após a conexão com as redes sociais *online*, a maioria das respostas centrou-se na opção: “Encontrei amigos de longa data com quem não tinha contacto há vários anos”. Esta hipótese de resposta contou com uma percentagem de 56,7%, significando que oitenta e cinco pessoas se identificaram com este tópico. Esta descoberta é consistente com os estudos de Ellison, Sreinfeld, & Lampe, 2007 in Markovitzky et al. (2012, p. 359) e de Wohn e LaRose (2014, p. 164), que garantem que as pessoas procuram as redes sociais, neste caso específico o *Facebook* para manter relacionamentos antigos. Logo a seguir, oitenta e quatro pessoas garantem que começaram a interagir mais com os seus amigos através das redes sociais, ou seja, a opção de resposta “Passei a comunicar mais com os meus amigos através das redes sociais” obteve uma percentagem de 56%. Uma vez que esta opção de resposta obteve a segunda percentagem mais alta, é possível afirmar que as redes sociais *online* proporcionaram mudanças na maneira de comunicar nas relações de proximidade dos sujeitos que as utilizam. Com uma percentagem significativamente mais pequena, 36,7%, surge a hipótese de resposta: “Prefiro encontros presenciais”. Isto significa que cinquenta e cinco pessoas continuam a preferir encontros presenciais. Outro facto interessante surge relativamente ao facto de as pessoas terem passado a comunicar mais com os familiares através das redes sociais. A opção de resposta: “Passei a comunicar mais com os meus familiares através das redes sociais” obteve uma percentagem de 28,7%, demonstrando que quarenta e três pessoas passaram a comunicar mais com elementos do seu seio familiar através da internet. A hipótese de resposta: “Não se alterou”, obteve 23,3%, significando que trinta e cinco inquiridos garantiram que as suas relações de proximidade não foram alteradas aquando do registo nas redes sociais. Com uma percentagem já significativamente menor surgem as opções de resposta: “Passei a interagir menos com as pessoas que estão fisicamente ao meu redor por estar bastante tempo conectado, atualizando e seguindo o meu perfil *online*” e “Outra”. Daqui, nove pessoas garantem que passaram a interagir menos com as pessoas que estão fisicamente próximas por estarem em contacto com outros através do seu dispositivo móvel e a opção “Outra” obteve 3,3% de percentagem, significando que cinco pessoas deram uma resposta diferente das listadas. Sendo que a opção “Outra” dava a possibilidade aos inquiridos se completarem a sua resposta e surgiram algumas afirmações pertinentes que merecem ser analisadas. Um dos 150 inquiridos argumentou que a sua conexão às redes sociais: “Aumentou a

minha comunicação presencial e *online* com amigos e colegas, de certa forma ajudou-me a comunicar melhor.”, significando assim que as redes sociais digitais ajudam a manter a comunicação, no entanto poderá haver algum grau de solidão emocional, pois tal como apontado por Weiss (1973) in Moddy (2001, p. 394) a solidão emocional define-se como a ausência de relações íntimas. Questões como a emigração são também focadas neste trabalho. A comunicação *online* ajuda a manter a proximidade entre as pessoas, diminuindo assim a saudade e mantendo alguma intimidade física. De acordo com Hurst (2014, p. 104) refere que as novas tecnologias da comunicação se têm desenvolvido muito rapidamente devido à ideia preconcebida de que não existe intimidade nas relações à distância, uma vez que o contacto físico está em falta. Assim, têm surgido cada vez mais programas e ferramentas de comunicação mediada que permitem estabelecer um encontro visual entre emissor e recetor da mensagem que funcionam para aproximar quem está longe.

5. CONCLUSÕES

Esta investigação teve como propósito responder à seguinte questão: “Qual a perceção que os sujeitos *online* têm das implicações do uso das redes sociais nas suas relações de proximidade?”, tendo como objetivos principais perceber se a forma de comunicar com a demais sociedade sofreu algum tipo de alteração quando se deu o contacto com os *sites* de redes sociais e, em que medida as relações amicais e familiares foram prejudicadas com a crescente implementação das novas tecnologias da comunicação.

Assim, depois de definida a questão de investigação, foram delineados três objetivos gerais e sete objetivos específicos. Dos três objetivos principais constava perceber se as novas tecnologias da comunicação implementaram novas formas de contacto entre as pessoas e, se fazem com que os indivíduos se sintam mais ou menos em estado de conexão ou solidão, bem como encontrar diferenças entre o contacto virtual e o contacto presencial. Com os objetivos específicos o esperado era perceber se: o uso das tecnologias infocomunicacionais traz reconforto emocional aos seus utilizadores, se as relações familiares ou amicais saem afetadas por esta crescente implementação das novas tecnologias da comunicação, analisar se a intensidade de conexão *online* está correlacionada com a desvinculação das redes sociais de proximidade física, e se as conexões *online* são preferíveis às presenciais. Outro objetivo era perceber se há uma sensação aprazível nas comunicações virtuais, e o que a espoleta, bem como entender se as pessoas estabelecem relações virtuais com pessoas que não conhecem presencialmente, e compreender qual o grau de importância dada pelos indivíduos aos vínculos *online*, nomeadamente, ao nível da sua autoestima.

Para tal, como método metodológico, foi desenvolvido um inquérito por questionário, disponível *online* entre os dias 8 de julho e 8 de outubro de 2015, tendo sido recolhida uma amostra de cento e cinquenta participantes.

Foi notório que grande parte da amostra passou a interagir mais com os seus amigos através das redes sociais *online*. Os *sites* de redes sociais são um meio rápido e fácil para que haja contacto quase constante entre amigos. Também é interessante perceber que muitos utilizadores das redes sociais recuperam vínculos perdidos outrora, pois reencontraram amigos com quem, por diversas razões, já tinham perdido contacto há vários anos. Há ainda uma percentagem significativa de pessoas que assegura continuar a preferir encontros presenciais, descartando os ecrãs dos dispositivos com ligação à internet para comunicar com outras pessoas. A comunicação com os familiares também sofreu algumas alterações, uma vez que 28,7% dos inquiridos garante ter passado a comunicar mais com os familiares através das redes sociais *online*.

A internet ajuda as pessoas a manterem-se socialmente integradas. Contudo, as pessoas ainda garantem preferir encontros presenciais ao invés de comunicar pela internet. Interagir com estranhos através da internet e iniciar conversas com outras pessoas revelou-se mais fácil do que presencialmente, embora não haja uma diferença muito significativa a assinalar comparando as duas variáveis.

De todas as correlações efetuadas para a correta execução desta investigação, tendo como principal função responder aos objetivos supra mencionados, apenas uma se revelou negativa. No entanto, mesmo nas correlações positivas, há variáveis que se correlacionam mais fortemente do que outras. Assim, torna-se importante referir que a correlação entre a “Escala de Solidão Social e Emocional” é influenciada positivamente pela “Escala de Redes de Comunicação *Online* e *Offline*”, significando isto que quanto mais solitárias as pessoas se sentem, mais procuram a internet para comunicar. O número de amigos próximos nas relações presenciais está também correlacionado com os encontros presenciais com os mesmos, significando que com quantos mais amigos próximos as pessoas se encontram, mais esses amigos se tornam próximos nas suas relações presenciais. A correlação entre as duas variáveis é positiva. O número de amizades desenvolvidas *online* não é muito significativo neste. Contudo, ainda foi verificável uma correlação fracamente positiva, entre o número de encontros presenciais com amigos e amizades desenvolvidas *online*. Como correlação negativa surge a correspondência entre o “Nº de horas em redes sociais *online*” e “Escala de Solidão Social e Emocional” significando, querendo isto dizer que estar muitas horas *online* em dias úteis não vai influenciar a “Escala de solidão Social e Emocional”, isto é, as pessoas não se sentem mais sós por estarem muitas horas *online*.

5.1 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Apesar de ter obtido resultados conclusivos, este estudo não teve uma amostra muito representativa, tendo sido essa a principal limitação encontrada. Os desequilíbrios respeitantes ao género foram outro fator que poderá ter influenciado este estudo, uma vez que a maioria dos inquiridos são pessoas do género feminino.

5.2 PERSPETIVAS DE TRABALHO FUTURAS

Embora esta investigação tenha conseguido responder à questão de investigação e aos objetivos propostos, poderá ser melhorada e aprofundada futuramente.

Poderá ser desenvolvido um novo estudo, com uma amostra significativamente maior e poderão ser aprofundados alguns aspetos mais intimamente relacionados com a relação positiva entre o crescente uso das redes sociais *online* e as ansiedades e sentimentos de solidão que poderá acarretar.

Também seria interessante estudar a plataforma *Youtube*, estudando diferentes *youtubers*, com o intuito de perceber quais são as suas principais motivações para fazer vídeos e o que esperam dos seus fiéis visualizadores, e entender se de facto são pessoas solitárias a querer interagir com a demais sociedade ou se simplesmente acham interessante partilhar os seus conhecimentos com pessoas com quem não têm contacto físico. Esta questão parece algo pertinente uma vez que muito recentemente a sociedade se confrontou com um “desabafo” muito mediático de Essena O’neill, uma jovem australiana, considerada famosa entre os utilizadores das redes sociais *online* que decidiu contar toda a verdade acerca deste mundo fictício.

Outra questão que suscita bastante interesse é a dos *bullies* virtuais. Atualmente é fácil atacar os outros sob a proteção do ecrã do computador ou de um qualquer dispositivo móvel, mas a verdadeira motivação para esse ataque deveria ser estudada e compreendida futuramente.

6. REFERÊNCIAS

- AL-SAGGAF, Y., NIELSEN, S. (2014). Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, 36, 460-468.
- ARANHA, L. T., BENAZZI, L. A. (2012). As Rachaduras da Solidão. *Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIX Prêmio Expocom 2012 – Exposição da Pesquisa Experimental em Comunicação*, 1-9.
- AZAMBUJA, D. C. (2012). Solidão e pós-modernidade.
- AZEVEDO, C., AZEVEDO, A. (1998). *Metodologia Científica: Contributos Práticos para a Elaboração de Trabalhos Académicos*. 4ª Ed. Porto: C. Azevedo.
- BARDI, C. A. BRADY, M. F. (2010). Why shy people use instant messaging: Loneliness and other motives. *Computers in Human Behavior*, 26(6), 1722-1726.
- BARRETO, A. (1998). Mudança estrutural no fluxo do conhecimento: a comunicação eletrônica. *Ciência da Informação*, 27(2), 122-127.
- CAPLAN, S. E. (2007). Relations Among Loneliness, Social Anxiety, and Problematic Internet Use. *CyberPsychology & Behavior*, 10, 234-242.
- CARDOSO, G., et al. (2014). A Internet em Portugal – A Sociedade em Rede 2014. *OberCom*.1-22.
- CARDOSO, G., et al. (2005). *A Sociedade em Rede em Portugal*. 1ª Ed. Campo das Letras.
- CARDOSO, G. (1998). *Para uma Sociologia do Ciberespaço: Comunidades Virtuais em Português*. 1ª Ed. Celta Editora.
- CASTELLS, M. (2002). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Volume I. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, M. (2003). *A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. Volume II: *O Poder da Identidade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- DITUNNARIELLO, N., FARRELL, L. C. (2015). “Your Life Sucks,” but I think “You Deserved It”: Social approval and disapproval of messages on FMyLife.com. *Computers in Human Behavior*, 44, 220-229.
- FELTON, E. (2014). A/Effective connections: Mobility, technology and well-being. *Emotion, Space and Society*, 13, 9-15.
- HARTLEY, J. (2004). *Comunicação, Estudos Culturais e Media conceitos-chave*. 1ª Ed. Quimera Editores.
- HURST, A. (2014). So near and so far: The ‘caress’ and the ethics of technologically mediated communication. *Communicatio*, 40(2), 99-112.

- JANSEN, J. H. et al. (2014). How affective technologies can influence intimate interactions and improve social connectedness. *International Journal of Human Computer Studies*, 72(1), 33-43.
- JUNGBLUT, A. L. (2004). A heterogenia do mundo on-line: algumas reflexões sobre virtualização, comunicação mediada por computador e ciberespaço. *Horizontes Antropológicos*, 10, 97-121.
- LIMA, R. (2013). Ser feliz sozinho? - Uma reflexão sobre a solidão e a solidude em nossa época. 78-83.
- MARKOVITZKY, O. et al. (2012). Haven't we met somewhere before? The effects of a brief Internet introduction on social anxiety in a subsequent face to face interaction. *Behaviour Research and Therapy*, 50(5), 359-365.
- MARTÍNEZ, F. (2011). Las Redes Sociales: una aproximación conceptual y una reflexión teórica sobre los posibles usos y gratificaciones de este fenómeno digital de masas. *TecCom Studies*, 1, 26-34.
- MENDES, J., et al. (2011). Relacionamento e Anonimato na Utilização da Internet. 38, 417-425.
- MINCACHE, G. (2010). Solidão virtual. 0-2.
- MIRANDA, J. (1999). *Real vs Virtual*. Camarate: Edições Cosmos.
- MOODY, E. J. (2001). Loneliness and High Internet Use. *Cyberpsychology Behavior*, 4(3), 393-401.
- OLIVEIRA, N. (2011). Redes Sociais | História e Guia Completo. Consultado em: 30 de setembro de 2015, from: <https://www.natanaeloliveira.com.br/a-historia-das-redes-sociais/>
- PAQUETE DE OLIVEIRA, J. M., et al (2004). Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação. 1ª Ed. Quimera Editores.
- RECUERO, R. (2002). Comunidades Virtuais – Uma abordagem teórica. *Trabalho apresentado no V Seminário Internacional de Comunicação no GT de Comunicação e Tecnologia das Mídias promovido pela PUCRS*. 1-14.
- RECUERO, R. (2014). Curtir, compartilhar, comentar: trabalho de face, conversação e redes sociais no Facebook. *Verso e Reverso*. 28(68), 114-124. 10.4013/ver.2014.28.68.06
- SHALOM, J. G. et al. (2015). Social anxiety and physiological arousal during computer mediated vs. face to face communication. *Computers in Human Behavior*, 44, 202-208.
- SHARABI, A., MARGALIT, M. (2011). Virtual friendships and social distress among adolescents with and without learning disabilities: the subtyping approach. *European Journal of Special Needs Education*, 26(3), 379-394.
- SHAW, L. H. e GANT, L. M. (2001). In Defense of the Internet: The Relationship between Internet Communication and Depression, Loneliness, Self-Esteem, and Perceived Social Support. *Cyberpsychology & Behavior*, 5(2), 157-171.

- SONG, H. et al. (2014). Does Facebook make you lonely?: A meta analysis. *Computers in Human Behavior*, 36, 446-452.
- SOUSA, D. A. e CERQUEIRA-SANTOS, E. (2011). Redes Sociais e Relacionamentos de Amizade ao Longo do Ciclo Vital. 28(85), 53-66.
- TAVARES, J. (s/d). A Construção do Persona Digital: Nova Identidade Assumida Pelos Integrantes da Web. 1-11.
- TEO, A., et al. (2013). The role of social isolation in social anxiety disorder: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Anxiety Disorders*, 27(4), 353-364. 10.1016/j.janxdis.2013.03.010
- TURKLE, S. (2011). *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other*. 1ª Ed. Nova Iorque: Basic Books.
- VAN DER AA, N., et al. (2009). Daily and compulsive internet use and well-being in adolescence: A diathesis-stress model based on big five personality traits. *Journal of Youth and Adolescence*, 38, 765-766.
- WOOLLEY, B. (1997). *Mundos Virtuais: Uma viagem na hipo e hiper-realidade*. Lisboa: Editorial Caminho.
- WOHN, D. Y., LAROSE, R. (2014). Effects of loneliness and differential usage of Facebook on college adjustment of first-year students. *Computers and Education*, 76, 158-167.
- ZYWICA, J., DANOWSKI, J. (2008). The Faces of Facebookers: Investigating Social Enhancement and Social Compensation Hypotheses; Predicting Facebook and Offline Popularity from Sociability and Self-esteem, and Mapping the Meanings of Popularity with Semantic Networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 1-34.

7. ANEXOS

7.1 INQUÉRITO

Redes Sociais na Comunicação Quotidiana

O presente inquérito por questionário insere-se num estudo que está a ser realizado na Universidade de Aveiro no âmbito do Mestrado em Comunicação Multimédia. Tem como intuito perceber o papel desempenhado pelas redes sociais *online* no quotidiano das pessoas. O estudo está a ser realizado pela mestranda Mariana Pedrosa (pedrosa.mariana@ua.pt), com a supervisão da Professora Doutora Lídia Oliveira (lidia@ua.pt). Este questionário é dirigido a todos aqueles que possuam uma conta ativa em pelo menos uma rede social *online*, não havendo qualquer restrição etária. Todas as respostas recolhidas serão anónimas e estritamente confidenciais. Os dados pessoais recolhidos de início servirão apenas como auxílio para interpretação das respostas das outras partes do questionário. Solicitamos que responda com sinceridade e atenção a todas as questões colocadas. O preenchimento do formulário não demorará mais de 10 minutos.

Parte 1:

Idade:

Menos de 10 anos

Entre 10 e 15 anos

Entre 16 e 20 anos

Entre 21 e 25 anos

Entre 26 e 30 anos

Entre 31 e 35 anos

Entre 36 e 40 anos

Entre 41 e 45 anos

Entre 46 e 50 anos

Entre 51 e 55 anos

Entre 56 e 60 anos

Entre 61 e 65 anos

Entre 66 e 70 anos

Entre 71 e 75 anos

Entre 76 e 80 anos

Mais de 80

Nível de Escolaridade mais elevado:

4º Ano

6º Ano

9º Ano

12º Ano

Licenciatura

Mestrado

Doutoramento

Género:

Feminino

Masculino

Profissão:

Advogada/o

Assistente Administrativa/o

Engenheira/o

Estudante

Funcionário Público

Operária/o Fabril

Professor/a

Secretária/o

Desempregada/o

Outra: _____

Em qual das seguintes redes sociais está registada/o?

Facebook

Instagram

Snapchat

Twitter

Outra: _____

Há quanto tempo está registada/o no *Facebook*?

Não estou registada/o

Menos de 1 ano

Aproximadamente 1 ano

Aproximadamente 2 anos

Aproximadamente 3 anos

Aproximadamente 4 anos

Aproximadamente 5 anos

Mais de 5 anos

Há quanto tempo está registada/o no *Instagram*?

Não estou registada/o

Menos de 1 ano

Aproximadamente 1 ano

Aproximadamente 2 anos

Aproximadamente 3 anos

Aproximadamente 4 anos

Há quanto tempo está registada/o no *Twitter*?

Não estou registada/o

Menos de 1 ano

Aproximadamente 1 ano

Aproximadamente 2 anos

Aproximadamente 3 anos

Aproximadamente 4 anos

Quantos amigos tem no *Facebook*?

Não tenho registo

Menos de 50

Entre 51 e 100

Entre 101 e 150

Entre 151 e 200

Entre 201 e 250

Entre 251 e 300

Entre 301 e 350

Entre 351 e 400

Entre 401 e 450

Entre 451 e 500

Entre 501 e 550

Entre 551 e 600

Entre 601 e 650

Entre 651 e 700

Entre 701 e 750

Entre 751 e 800

Entre 801 e 850

Entre 851 e 900

Entre 901 e 950

Entre 951 e 1000

Mais de 1000

Quantos seguidores tem no *Instagram*?

Não tenho registo

Menos de 50

Entre 51 e 100

Entre 101 e 150

Entre 151 e 200

Entre 201 e 250

Entre 251 e 300

Entre 301 e 350

Entre 351 e 400

Entre 401 e 450

Entre 451 e 500

Entre 501 e 550

Entre 551 e 600

Entre 601 e 650

Entre 651 e 700

Entre 701 e 750

Entre 751 e 800

Entre 801 e 850

Entre 851 e 900

Entre 901 e 950

Entre 951 e 1000

Mais de 1000

Quantos seguidores tem no *Twitter*?

Não tenho registo

Menos de 50

Entre 51 e 100

Entre 101 e 150

Entre 151 e 200

Entre 201 e 250

Entre 251 e 300

Entre 301 e 350

Entre 351 e 400

Entre 401 e 450

Entre 451 e 500

Entre 501 e 550

Entre 551 e 600

Entre 601 e 650

Entre 651 e 700

Entre 701 e 750

Entre 751 e 800

Entre 801 e 850

Entre 851 e 900

Entre 901 e 950

Entre 951 e 1000

Mais de 1000

Desde que começou a utilizar as redes sociais de que forma a maneira de comunicar com os seus familiares e amigos se alterou? (Caso se identifique com mais do que uma resposta, poderá escolher VÁRIAS OPÇÕES.)

Não se alterou

Passei a comunicar mais com os meus amigos através das redes sociais

Passei a comunicar mais com os meus familiares através das redes sociais

Prefiro encontros presenciais

Encontrei amigos de longa data com quem não tinha contacto há vários anos

Passei a interagir menos com as pessoas que estão fisicamente ao meu redor por estar bastante tempo conectado, atualizando e seguindo o meu perfil *online*

Outra: _____

Parte 2:

Instruções: Por favor, responda a cada uma destas questões selecionando a resposta que mais se adequa a si.

Quantas horas diárias passa *online* em dias úteis?

Inclui o tempo que passa a: ler/enviar *e-mails*, em redes sociais, fazer *uploads* de fotografias, ficheiros áudio ou vídeo, fazer downloads de séries de televisão ou filmes, jogar e procurar informação útil para a sua atividade académica/profissional.

Menos de 1 hora

Entre 1 a 2 horas

Entre 2 a 3 horas

Entre 3 a 4 horas

Entre 4 a 5 horas

Entre 5 a 6 horas

Entre 6 a 7 horas

Entre 7 a 8 horas

Mais de 8 horas

Quantas horas diárias passa *online* aos fins-de-semana e/ou feriados?

Inclui o tempo que passa a: ler/enviar *e-mails*, em redes sociais, fazer *uploads* de fotografias, ficheiros áudio ou vídeo, fazer downloads de séries de televisão ou filmes, jogar e procurar informação útil para a sua atividade académica/profissional.

Menos de 1 hora

Entre 1 a 2 horas

Entre 2 a 3 horas

Entre 3 a 4 horas

Entre 4 a 5 horas

Entre 5 a 6 horas

Entre 6 a 7 horas

Entre 7 a 8 horas

Mais de 8 horas

Quanto tempo despende diariamente, *online*, para tarefas relacionadas com conteúdos académicos ou profissionais?

Menos de 1 hora

Entre 1 a 2 horas

Entre 2 a 3 horas

Entre 3 a 4 horas

Entre 4 a 5 horas

Entre 5 a 6 horas

Entre 6 a 7 horas

Entre 7 a 8 horas

Mais de 8 horas

Em média, quantos *emails* envia por dia?

Menos de 5

Entre 6 e 10

Entre 11 e 15

Entre 16 e 20

Entre 21 e 25

Entre 26 e 30

Mais de 30

Em média, quantos *emails* recebe por dia?

Menos de 5

Entre 6 e 10

Entre 11 e 15

Entre 16 e 20

Entre 21 e 25

Entre 26 e 30

Mais de 30

Quantas horas diárias passa a navegar em redes sociais *online*?

Quanto tempo passa a colocar fotografias, vídeos, partilhar informação do seu interesse, comentar fotografias e vídeos ou estados dos seus amigos, em redes sociais como *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Snapchat* ou outra do seu agrado.

Menos de 1 hora

Entre 1 hora e 2 horas

Entre 2 a 3 horas

Entre 3 a 4 horas

Entre 4 a 5 horas

Entre 5 e 6 horas

Entre 6 e 7 horas

Entre 7 e 8 horas

Mais de 8 horas

Quantas horas diárias passa a jogar jogos *online*?

Não jogo *online*

Menos de 1 hora

Entre 1 hora e 2 horas

Entre 2 a 3 horas

Entre 3 a 4 horas

Entre 4 a 5 horas

Entre 5 e 6 horas

Entre 6 e 7 horas

Entre 7 e 8 horas

Mais de 8 horas

Quantos amigos próximos tem nas suas relações presenciais?

Exclua familiares.

Nenhum

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 ou mais

Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, comunica regularmente *online*?

Exclua familiares. Entenda por comunicar o estabelecimento de diálogo e entreajuda.

Nenhum

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 ou mais

Com quantos dos seus amigos próximos, das suas relações presenciais, se encontra regularmente para conversar de forma presencial?

Exclua familiares.

Nenhum

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10 ou mais

Quantas amizades (românticas ou de outro género) desenvolveu e mantém *online* com pessoas que nunca conheceu presencialmente?

O contacto estabelecido com essa(s) pessoa(s) é exclusivamente online, através de redes sociais como o *Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat* ou outra.

Nenhuma

1

2

3

4

5

Entre 6 e 20

Mais de 20

Quantas amizades (românticas ou de outro género) iniciou *online*, com as quais posteriormente teve encontros presenciais?

O primeiro contacto foi estabelecido *online*, mas mais tarde decidiram ter um encontro presencial.

Nenhuma

1

2

3

4

5

Entre 6 a 20

Mais de 20

Em média, com quantas pessoas comunica diariamente *online*?

Inclui comunicação pessoal e profissional/académica.

Nenhuma

1

2

3

4

5

6

7

8

9

Entre 10 a 20

Entre 20 a 50

Entre 51 a 100

Mais de 100

Para cada uma das seguintes opções, por favor indique, quanto tempo passa por dia em cada uma destas atividades *online*?

	Não utilizo	Menos de meia hora	Aproximadamente 1 hora	Entre 1 a 2 horas	Entre 2 a 4 horas	Entre 4 a 6 horas	Entre 6 a 8 horas	Mais de 8 horas
Email								
Redes Sociais								
Fóruns de Discussão								
Jogos <i>Online</i>								
Assistir a vídeos								
Assistir a filmes								
Conversar								
Troca de Mensagens								
Ler <i>Online</i>								

Indique a sua atividade *online* favorita.

Indique apenas UMA. A atividade que mais gosta realizar *online*.

Atualizar as minhas atividades de perfil e seguir as atividades dos meus amigos nas redes social (ex. *Facebook*)

Jogar

Compras *online*

Pesquisar informação

Fóruns/Chat/Rede-Social de cariz erótico ou sexual

Conversar através de Skype ou semelhante

Assistir a vídeos

Assistir a filmes/séries de TV

Outra: _____

Há quanto tempo realiza a atividade *online* favorita que assinalou na pergunta anterior?

Há menos de 6 meses

Entre 6 meses a 2 anos

Entre 2 a 4 anos

Há mais de 4 anos

Quantas vezes por semana entra na internet estritamente para realizar na sua atividade *online* favorita?

Todos os dias

Pelo menos 5 dias por semana

3 ou 4 dias por semana

2 dias por semana

1 dia por semana

Estime o seu nível de conhecimentos informáticos.

Iniciante

Intermédio

Avançado

Parte 3:

Instruções: As questões seguintes fazem referência aos seus sentimentos acerca das suas relações sociais. Por favor indique com que frequência se sentiu da maneira descrita em cada uma das seguintes situações durante o último ano.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequentemente	Muito frequentemente	Não se aplica a mim	Não respondo
A maioria das pessoas à minha volta parecem-me estranhos.							

Não estou muito satisfeita/o com os grupos em que participo.							
Há boas pessoas à minha volta que entendem os meus pontos de vista e as minhas crenças.							
Não há ninguém a quem eu me sinta próxima/o.							
Tenho um parceiro romântico que me apoia e encoraja.							
Pertenço a um grupo de amigos.							
Há pessoas com quem posso contar para ter companhia.							
Não tenho uma relação específica na qual me sinta compreendida /o.							
Eu sou uma parte importante no bem-estar emocional de outra pessoa.							
Não tenho uma relação							

amorosa especial.							
-------------------	--	--	--	--	--	--	--

Parte 4:

Instruções: Em que medida as seguintes frases a/o descrevem? De acordo com a escala oferecida, indique para cada questão qual se adequa mais a si.

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequente mente	Muito frequentemente	Não se aplica a mim	Não respondo
Quando tenho um problema, contacto frequentemente e com os meus amigos <i>online</i> .							
Considero o Ciberespaço um local divertido e relaxante para conhecer novas pessoas.							
Descrevo-me como uma pessoa comum.							
Consigo passar longos períodos de tempo sem contactar com outras pessoas e sentir-me bem.							
Prefiro estar sozinha/o a maioria do tempo.							

Se não passo tempo nenhum com outra pessoa ao longo do dia, começo a sentir-me ansiosa/o.							
Início mais facilmente uma conversa com outras pessoas quanto estou na internet.							
Considero os grupos de conversação presenciais estranhos e desconfortáveis para participar.							
A internet ajudou-me a conhecer mais pessoas.							
A internet ajuda-me a tornar-me mais sociável.							
A internet ajuda-me a manter-me integrada/o socialmente.							
Gosto de ter muitos amigos com quem me encontro regularmente.							

Parte 5:

Instruções: Para as afirmações abaixo selecione a opção que melhor corresponde ao seu caso

	Nunca	Raramente	Às vezes	Frequente mente	Muito frequentemente	Não se aplica a mim
Supero facilmente a minha timidez em situações estranhas.						
Sinto-me desconfortável quando estou a ser observada/o.						
Sinto-me embaraçada/o muito facilmente.						
Não considero que falar com estranhos seja uma tarefa complicada.						
Sinto-me ansiosa/o quando falo em frente a grupos.						
Grupos grandes fazem-me sentir nervosa/o.						

Muito obrigada pela sua colaboração!

(A sua resposta foi registada. Ficamos muito gratas pela sua colaboração. Se desejar ter conhecimento dos resultados deste estudo, por favor, envie um *email* para: pedrosa.mariana@ua.pt)

O questionário esteve disponível *online* de 8 de julho a 8 de outubro de 2015, através do *link*: <https://docs.google.com/forms/d/18g8TwYIWJHHyvmtuY4bLC2rslmqom1rdPwOsZY10yHo/view/form>.